



EMPRENDIMIENTO EN TRABAJO SOCIAL

Presentado por:

PABLO BARRANCO ACOSTA

Dirigido por:

Dr. José Luis Sarasola Sánchez-Serrano

Dra. Macarena Lozano Oyola

PROGRAMA DE DOCTORADO: CIENCIAS SOCIALES

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: EDUCACIÓN: ESCUELA, FAMILIA,
COHESIÓN Y CRECIMIENTO SOCIAL**

Universidad Pablo de Olavide

2014-2018

Pablo Barranco Acosta
Emprendimiento en Trabajo Social

Pablo Barranco Acosta
Emprendimiento en Trabajo Social

A mi madre M^a. Luisa, por haber confiado en mí siempre cuando nadie lo hacía. Por ser mi apoyo, por estar conmigo en los buenos y malos años.

A mi hermano Carlos, un referente en mi vida y un espejo en quien mirarme.

A María, por tantas horas en la biblioteca y por su seguimiento e insistencia en que siguiera trabajando.

Y sobre todo a mi padre Gonzalo, esto es por ti y para ti. Donde quiera que estés espero que te sientas tan orgulloso de mí como yo me siento de ser tu hijo.

Pablo Barranco Acosta
Emprendimiento en Trabajo Social

Agradecimientos

Hay muchas personas a las que tengo que agradecer su apoyo en esta aventura que es hacer una Tesis Doctoral. En primer lugar, a José Luis Sarasola. Fuiste mi profesor en prácticas de segundo de Trabajo Social, después pasé a ser tu alumno interno, alumno en el Máster de Gerontología y, por último, mi tutor en la Tesis Doctoral. No sé cómo podré agradecerte todos estos años de apoyo y de guía profesional y personal.

Quisiera agradecer también a Macarena Lozano Oyola que en estos cuatro años haya sido tan buena tutora conmigo, tu paciencia y consejos han trascendido lo meramente académico y quisiera darte las gracias por estos cuatro años en los que me has ayudado a elaborar la tesis.

Quisiera también agradecer a muchos amigos que me han prestado su ayuda y consejos, a mi amiga Sara Gómez que desde México me brindó su apoyo, a Almudena que me brindó su tiempo para aconsejarme sobre el Emprendimiento Social y también a Sarquavitae (DomusVI a partir de 2017) y a todos los profesionales que lo componen que me hicieron ver cómo funciona una empresa que presta servicios a personas.

Pablo Barranco Acosta
Emprendimiento en Trabajo Social

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS, GRÁFICAS Y TABLAS:	10
CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO.....	17
1.1. Emprendimiento	19
1.1.1. Origen del Emprendimiento.....	19
1.1.2. Definición actual de Emprendimiento.	22
1.2. Emprendimiento Social.....	27
1.2.1. ¿Qué es el Emprendimiento Social?	27
<i>1.2.1.1. La definición de J. Gregory Dees.....</i>	<i>33</i>
1.2.2. Tipos de Emprendimiento.....	36
1.2.3. Factores de éxito y características de los emprendimientos sociales.....	39
1.2.4. Modelos de Emprendimiento Social.....	40
<i>1.2.4.1. Modelo Austin, Stevenson y Wei-Skillen (2006).</i>	<i>41</i>
<i>1.2.4.2. Modelo Weerawardena y Mort (2006).....</i>	<i>42</i>
<i>1.2.4.3. Modelo Trivedi (2010).</i>	<i>43</i>
<i>1.2.4.4. Modelo para el análisis organizativo de la empresa social.....</i>	<i>44</i>
1.2.5. Cultura emprendedora.	46
1.3. Legislación.....	49
1.3.1. Legislación Europea.	50
<i>1.3.1.1. Plan de Acción sobre Emprendimiento 2020.</i>	<i>50</i>
<i>1.3.1.2. La iniciativa de Emprendimiento Social de la Comisión Europea.</i>	<i>54</i>
1.3.2. Legislación Española.	55
<i>1.3.2.1. Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su</i> <i>internalización.</i>	<i>55</i>
1.3.3. Legislación Andaluza.	58
<i>1.3.3.1. Decreto-Ley 8/2013, de 28 de mayo, de Medidas de Creación de Empleo y</i> <i>Fomento del Emprendimiento.</i>	<i>59</i>

Pablo Barranco Acosta
Emprendimiento en Trabajo Social

1.3.3.2. <i>Ley 3/2018, de 8 de mayo, Andaluza de Fomento del Emprendimiento. ..</i>	62
1.3.3.3. <i>III Pacto andaluz por la Economía Social Andaluza suscrito por la Junta de Andalucía, la Confederación de entidades para la Economía Social de Andalucía, Comisiones Obreras de Andalucía y la Unión General de Trabajadores.</i>	68
1.3.4. Panorama legislativo autonómico en España.....	69
 CAPÍTULO 2. FUNCIONAMIENTO DE LAS EMPRESAS SOCIALES	73
2.1. Cuestiones previas.....	75
2.2. Modelo de Negocio.....	76
2.2.1. ¿Qué es el modelo de negocio?.....	76
2.2.2. Modelos de Negocio según Alexander Osterwalder.	77
2.2.3. Ejemplos de modelos de negocios.	79
 CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA	85
3.1. Introducción, hipótesis y objetivos	87
3.2. Características de la metodología a seguir.....	88
3.3. El método científico.....	89
3.3.1. ¿Qué es el método científico?	89
3.3.2. Características del método científico.	90
3.4. Definición del término investigación.....	91
3.4.1. Características de la investigación.	91
3.5. Paradigmas de investigación: cuantitativo y cualitativo.....	92
3.5.1. El paradigma positivista (cuantitativo).	92
3.5.2. El paradigma interpretativo (cualitativo).	94
3.5.3. Paradigma interpretativo vs Paradigma positivista.....	96
3.6. Análisis de Datos	97
3.6.1. Estudio de la asociación entre variables cualitativas.	98
3.6.1.1. <i>Tablas de contingencia.</i>	98

Pablo Barranco Acosta
Emprendimiento en Trabajo Social

3.6.1.2. Asociación o dependencia de variables cualitativas.	99
3.6.1.3. Contraste estadístico de la relación de dependencia en el caso de las variables cualitativas.	103
3.6.1.4. Estadísticos de asociación.	104
3.6.2. Análisis cuantitativo.	106
 CAPÍTULO 4. CASO DE ESTUDIO: TRABAJO SOCIAL Y EMPRENDIMIENTO.	
.....	109
4.1. Cuestiones previas	111
4.2. Análisis cualitativo del emprendimiento.	113
4.3. Análisis cuantitativo del emprendimiento	167
 CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES	181
5.1. Conclusiones de la investigación	183
5.2. Reflexiones del Doctorado	185
5.3. Conclusiones Finales	187
 CAPÍTULO 6. BIBLIOGRAFÍA	189
 CAPÍTULO 7. ANEXOS	201
Anexo I: Formulario enviado a Estudiantes en Trabajo Social	203
Anexo II : Formulario enviado a Egresados en Trabajo Social	209
Anexo III. Opiniones de los encuestados a la pregunta: ¿Piensa que el sector privado podría acabar con el sistema de público de Servicios Sociales?.....	213
Anexo IV. Estadísticos descriptivos y pruebas de normalidad tomando la marca de clase de la variable en qué porcentaje te ves como emprendedor en el futuro	223

ÍNDICE DE FIGURAS, GRÁFICAS Y TABLAS:

Figuras:

Figura 1. Modelo Austin, Stevenson y Wei-Skillen.....	41
Figura 2. Modelo Weerawardena y Mort.	42
Figura 3. Modelo Trivedi.	44
Figura 4. Modelo para el análisis organizativo de empresa social.	45
Figura 5. Mapa de España con las diferentes leyes de emprendimiento dividido por Comunidades Autónomas.....	71
Figura 6. Modelo Canvas.	78
Figura 7. Modelo Canvas de Trabajador Social realizando el libre ejercicio de la profesión (ejemplo).....	81
Figura 8. Modelo de Canvas Sarquavitae.....	83

Gráficas:

Gráfica 1. Diagrama de cajas.....	107
Gráfica 2. Análisis de la variable edad en Estudiantes de Trabajo Social.....	113
Gráfica 3. Análisis de la variable edad en Egresados en Trabajo Social.....	114
Gráfica 4. Análisis de la variable sexo del total de los encuestados.	115
Gráfica 5. Análisis de la variable sexo de Estudiantes y Egresados en Trabajo Social (desagregado).....	117
Gráfica 6. Análisis de la variable forma de acceso a la universidad del total de los encuestados.....	118
Gráfica 7. Análisis de la variable forma de acceso a la universidad de Estudiantes y Egresados en Trabajo Social.....	119
Gráfica 8. Análisis de la variable forma de acceso a la universidad de Estudiantes y Egresados en Trabajo Social (desagregado).	120
Gráfica 9. Análisis de la variable Universidad en la que estudian Trabajo Social.....	121
Gráfica 10. Análisis de la variable curso actual en el que están los estudiantes en Trabajo	

Pablo Barranco Acosta
Emprendimiento en Trabajo Social

Social.	122
Gráfica 11. Análisis de la variable formación continua de los egresados.	123
Gráfica 12. Análisis de la variable de la realización o no de voluntariado.	124
Gráfica 13. Análisis de la variable de la realización o no de voluntariado en conjunto.....	125
Gráfica 14. Análisis de la variable de la realización o no de voluntariado desagregado. .	127
Gráfica 15. Análisis de la variable tipo de voluntariado.	128
Gráfica 16. Análisis de la variable tipo de voluntariado por parte de los egresados y estudiantes.	129
Gráfica 17. Análisis de la variable tipo de voluntariado desagregado por plataforma y estudiantes.	131
Gráfica 18. Análisis de la variable horas dedicadas al voluntariado.	132
Gráfica 19. Análisis de la variable horas dedicadas al voluntariado total de los estudiantes y egresados.	133
Gráfica 20. Análisis de la variable horas dedicadas al voluntariado total de los estudiantes y egresados (desagregado).....	134
Gráfica 21. Análisis de la variable empleo relacionado con sus estudios en Trabajo Social.	135
Gráfica 22. Análisis de la variable empleo relacionado con sus estudios de Trabajo Social distinguiendo entre estudiantes y egresados.	136
Gráfica 23. Análisis de la variable empleo relacionado con sus estudios en Trabajo Social en función de estudiantes y egresados desagregado por grupos.	137
Gráfica 24. Análisis de la variable ámbito de empleo.	138
Gráfica 25. Análisis de la variable crear iniciativas empresariales es importante para el crecimiento del Trabajo Social.	139
Gráfica 26. Análisis de la variable crear iniciativas empresariales es importante para el crecimiento del Trabajo Social (estudiantes y egresados).	140
Gráfica 27. Análisis de la variable crear iniciativas empresariales es importante para el crecimiento del Trabajo Social (estudiantes y egresados desagregados por grupos).	142
Gráfica 28. Análisis de la variable sobre el mercado laboral actual en Trabajo Social (total encuestados).	143

Pablo Barranco Acosta
Emprendimiento en Trabajo Social

Gráfica 29. Análisis de la variable sobre el mercado laboral actual en Trabajo Social (estudiantes y egresados).....	144
Gráfica 30. Análisis de la variable sobre el mercado laboral actual en Trabajo Social desagregado.	145
Gráfica 31. Análisis de la variable relativa a si el sistema privado puede acabar con el sistema público de Servicios Sociales (total).	146
Gráfica 32. Análisis de la variable relativa a si el sistema privado puede acabar con el sistema público de Servicios Sociales (estudiantes y egresados).	147
Gráfica 33. Análisis de la variable relativa a si el sistema privado puede acabar con el sistema público de Servicios Sociales (desagregado).....	149
Gráfica 34. Análisis de la variable creación de una entidad privada (estudiantes y egresados).	150
Gráfica 35. Análisis de la variable creación de una entidad privada (desagregado).	152
Gráfica 36. Análisis de la variable visión de emprendedor en el futuro (estudiantes y egresados).	154
Gráfica 37. Análisis de la variable visión de emprendedor en el futuro (estudiantes y egresados desagregado por grupos).	156
Gráfica 38. Análisis de la variable edad y el porcentaje de la percepción que tienen los encuestados para emprender en un futuro (1).....	157
Gráfica 39. Análisis cualitativo sobre la edad y el porcentaje de la percepción que tienen los encuestados para emprender en un futuro (2).....	157
Gráfica 40. Análisis de la variable importancia de los conocimientos y habilidades que necesita un Trabajador Social a la hora de emprender (estudiantes).....	159
Gráfica 41. Análisis de la variable importancia de los conocimientos y habilidades que necesita un Trabajador Social a la hora de emprender (egresados).....	160
Gráfica 42. Análisis de la variable preferencia de iniciativa emprendedora a poner en práctica.	161
Gráfica 43. Análisis de la variable preferencia de iniciativa emprendedora (estudiantes y egresados).	162
Gráfica 44. Análisis de la variable preferencia de iniciativa emprendedora (estudiantes y	

Pablo Barranco Acosta
Emprendimiento en Trabajo Social

egresados desagregados por grupos).	163
Gráfica 45. Análisis de la variable Identificación con el emprendimiento (estudiantes). ..	165
Gráfica 46. Análisis de la variable identificación con el emprendimiento (egresados).	166
Gráfica 47. Diagrama de caja de la relación entre emprendimiento y los cuatro grupos encuestados.	174
Gráfica 48. Diagrama de caja de la relación entre el emprendimiento en el futuro y el mercado laboral.	176
Gráfica 49. Diagrama de caja de la relación entre el emprendimiento en el futuro y si el empleo que tienen está relacionado con sus estudios en Trabajo Social.	179

Tablas:

Tabla 1. Resumen del concepto emprendedor.	25
Tabla 2. Diferencia entre paradigma positivista y paradigma interpretativo	96
Tabla 3. Tabla de contingencia.....	99
Tabla 4. Tabla de contingencia 2x2.....	100
Tabla 5. Tabla comparativa entre hombres y mujeres en función de si son estudiantes o egresados.	115
Tabla 6. Sexo en función del grupo encuestado.	116
Tabla 7. Acceso a la Universidad en función al grupo encuestado.	118
Tabla 8. Análisis de la variable de la realización o no de Voluntariado desagregado por grupos..	125
Tabla 9. Empleo relacionado con Trabajo Social en función del grupo encuestado.	135
Tabla 10. Importancia de crear iniciativas empresariales para el crecimiento del Trabajo Social.	141
Tabla 11. Mercado laboral actual en Trabajo Social en función del grupo encuestado. ...	143
Tabla 12. El sistema privado puede acabar con el sistema público de Servicios Sociales (desagregado).....	148
Tabla 13. ¿Ha montado alguna vez una entidad privada (ya sea empresa, asociación fundación, etc? (desagregado)	151

Pablo Barranco Acosta
Emprendimiento en Trabajo Social

Tabla 14. Percepción de los estudiantes y egregados como emprendedores en el futuro. .	153
Tabla 15. Visión de emprendedor en el futuro por grupos.	155
Tabla 16. Contrastes no paramétricos en los que no hay evidencia para rechazar la hipótesis nula.	169
Tabla 17. Contrastes no paramétricos en los que se rechaza la hipótesis nula.	170
Tabla 18. Estadísticos descriptivos relativos a la relación entre el emprendimiento en el futuro y los cuatro grupos de la muestra.	171
Tabla 19. Estadísticos descriptivos relativos a la relación entre el emprendimiento en el futuro y el mercado laboral.	175
Tabla 20. Estadísticos descriptivos relativos a la relación entre el emprendimiento en el futuro y tener empleo relacionado en los estudios en Trabajo Social.	178

Nota aclaratoria

Queremos dejar constancia de que la utilización del género gramatical masculino, a lo largo de las páginas de esta Tesis Doctoral, no responde a otras intenciones que las de facilitar una lectura libre de redundancias o reiteraciones, además de acorde con la economía y la simplicidad en tanto que principios básicos de las lenguas. Por eso se evitan las oposiciones fonológicas alternativas (/o/, /a/); los archifonemas, más o menos pertinentes, que pretenden neutralizarlas (@); la presencia de los dos sustantivos con marca de género; la sustitución de unos sustantivos por otros para ocultar referencias sexuales; las perífrasis, construcciones metonímicas y aposiciones; o las dobles concordancias en artículos y adjetivos. Y se parte de una consideración general: el género es sólo un accidente gramatical que no comporta, necesariamente, valores de contenido asociados al sexo. La intención de convertir el género gramatical en marcador sexual puede ser respetable como recurso para hacer visible lo femenino, pero, desde perspectivas lingüísticas, el género gramatical masculino es una forma no marcada, y de mayor extensión, para referirse a entes de uno y otro sexo. Es decir, alude a algo distinto, más extenso, que la forma disociada y analítica de masculino más femenino, a la que comprende genéricamente (Montero, 2006, p. 3).

CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO

1.1. Emprendimiento

1.1.1. Origen del Emprendimiento

Empezar a abordar un marco teórico siempre es complicado, pero si hablamos del Emprendimiento Social aumenta la dificultad para encontrar información.

La bibliografía sobre este tema es un poco difusa, debido a que desde hace relativamente poco tiempo se están realizando estudios e investigaciones en profundidad. Pero antes de abordar el Emprendimiento Social deberíamos saber qué entendemos por emprendimiento. Según la Real Academia Española de la Lengua (RAEL), emprender en su primera acepción es: “Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro” (RAEL, 2017). Coloquialmente, siempre se ha asociado la palabra emprendimiento a la iniciación de una empresa, pero como vemos esta definición abarca muchos más campos que el empresarial.

El emprendimiento es una disciplina relativamente joven dedicada en sus inicios a la determinación del emprendedor y, posteriormente, a otros aspectos relevantes que van más allá de las características y la personalidad del individuo, tales como el proceso emprendedor.

Para encontrar el origen de la definición de emprendimiento nos tenemos que remontar al siglo XVIII. Lupiáñez et al. (2014) realizan una revisión de las primeras investigaciones acerca del emprendimiento. Según estos autores, se puede considerar que Richard Cantillon es el padre de las investigaciones en emprendimiento. Cantillon ya en el año 1775 (reeditado en 1997) se refiere a un empleador o persona de negocios que conoce los gastos pero que desconoce los ingresos que puedan venir originados de la puesta en marcha de un negocio o iniciativa empresarial, es decir, es la persona que asume el riesgo.

Apuntan que Cantillon fue un hombre de negocios y que definió con claridad cuáles eran las funciones del empresario, diferenciándolas de las del capitalista (el que aporta capital y solo concede importancia al funcionamiento de los mercados) y que ya en ese momento se trata de la persona que asume riesgos en condiciones de incertidumbre.

También hacen eco de los trabajos de Say (1803) que resalta la figura del emprendedor como: “catalizador para el desarrollo de los productos, definiéndolo como un trabajador superior que debía hacer frente a muchos obstáculos e incertidumbres y que optimizaba la utilización de los recursos considerándolo, así como el fundamento de la creación del valor” (Lupiañez et al, 2014, p. 56).

Antes de abordar por completo la definición de emprendimiento, hay que dejar claro su etimología, ya que su definición en inglés puede causarnos cierta confusión.

Según Solé et al. (2007) entrepreneur se puede traducir en castellano tanto como empresario como por emprendedor, lo que directamente nos lleva a cuestionarnos si un empresario es un emprendedor o no (más adelante veremos que pueden ser dos cosas distintas). Algunos autores usan traducciones de entrepreneurship tales como espíritu empresarial, empresario innovador, etc.

En 2009 Hebert y Link compilan en su libro *A history of entrepreneurship* (Hebert y Link, 2009) las primeras definiciones y teorías acerca del emprendimiento. Comenzaremos con la que creemos que es la primera gran definición del emprendimiento creada por Cole (1949). Cole considera que el emprendimiento es aquel movimiento o actividad, ya sea de una persona o de grupo de ellos, que deciden iniciar (crear una entidad), mantener (hacer que una empresa ya creada se mantenga y sobreviva) o engrandecer (que la empresa crezca) una empresa. Esta empresa siempre va orientada a un beneficio económico ya sea a través de la venta y distribución de productos o por ofrecer una serie de servicios. Siempre habrá que tener en cuenta las circunstancias, ya sean económicas políticas y sociales de la ciudad o territorio al que pertenezca (Cole, 1949).

Esta definición concreta que el emprendimiento debe ser asociado con las características del ambiente que motivan al emprendedor a empezar este proceso (Hebert y Link, 2009). No debemos olvidar que, dependiendo de las características de nuestro entorno, es preferible emprender un tipo u otro de actividad ya que, en gran medida, este entorno va a determinar el éxito o fracaso en nuestro emprendimiento.

Uno de los grandes avances en la definición del emprendimiento fue la que hizo Joseph Schumpeter, quien afirma que el principal instrumento de cambio en la economía es el emprendedor, ya que es la persona que propicia el desarrollo económico.

Schumpeter mantiene que el emprendimiento no es lo mismo que la dirección de una entidad, pues son dos tipos distintos de conductas (Hebert y Link 2009). La función esencial del emprendedor es distinta de la del capitalista, por ejemplo, pero van a ser muy estimados en una sociedad capitalista. La función esencial del emprendedor está casi siempre mezclada con otras funciones como puede ser la dirección o gestión, pero no es ésta la función distintiva del mismo. Entre todas las funciones que distinguen a un emprendedor de un capitalista, es la capacidad que tienen de supervisarse a sí mismos una de las más importantes.

Por eso Schumpeter afirma que el emprendedor dinámico es la persona que innova y que hace nuevas combinaciones en producción (Hebert y Link, 2009). Pero, ¿qué es innovación? Según el autor sería lo siguiente:

1. Creación de nuevos bienes o nueva calidad de bienes.
2. Creación de un nuevo método de producción.
3. Apertura de nuevos mercados.
4. Captura de nuevas fuentes.
5. Nueva organización de la industria.

Schultz por su parte acerca el término emprendedor a otros campos que no tienen nada que ver con los mercados, y así critica la concepción que hizo Schumpeter del emprendimiento (Hebert y Link 2009):

1. Concepto normalmente restringido al hombre de negocios.
2. No toma en cuenta las diferencias en las capacidades de asignaciones entre los empresarios.
3. El suministro de la iniciativa empresarial no se trata como un recurso escaso.
4. El emprendimiento se descuida cuando consideraciones de equilibrio general dominan la investigación económica.

Podemos decir que Shultz hizo dos grandes avances:

1. Definió el concepto de emprendimiento como la capacidad que tiene la persona para poder solventar desequilibrios y amplió la noción de las actividades que no son mercados.
2. Proporcionó evidencias de los efectos de la educación en la habilidad de la gente

en percibir y reaccionar al desequilibrio. Argumenta que Schumpeter no fue suficientemente lejos con su formulación ya que si el crecimiento económico es el progreso tiene muchos desequilibrios.

Por último, para cerrar esta breve definición del emprendedor que Hebert y Link expusieron, veremos algunos de los rasgos característicos de los emprendedores. Según este autor el emprendedor:

1. Es la persona que asume el riesgo asociado a la incertidumbre.
2. Suministra capital financiero.
3. Es un innovador.
4. Adopta decisiones.
5. Es un líder industrial.
6. Suele ser gerente o superintendente.
7. Organiza y coordina los recursos económicos.
8. Es el propietario de una empresa o entidad.
9. Es un contratista.
10. Asigna recursos entre usos alternativos.

1.1.2. Definición actual de Emprendimiento.

Como hemos visto en el apartado anterior, a lo largo de la historia los estudiosos no se han puesto de acuerdo en definir qué es el emprendimiento. Es por eso que en este apartado vamos a seleccionar las principales aportaciones realizadas en los últimos años. Lupiañez et al. (2014) recopilan una serie de definiciones muy interesantes acerca del emprendimiento.

En primer lugar, citan a Baumol (1990), que indica que la figura del emprendedor necesita de la creatividad y el ingenio para determinar la calidad de los emprendimientos con el fin de desmarcarse de la competencia y asegurar el éxito.

Así mismo introducen la aportación de Carton et al. (1998), el cual hace un estudio histórico del concepto, confirmando que el emprendimiento es la capacidad que tiene la persona de detectar una oportunidad que implica necesariamente la creación de una

empresa para generar valor a las personas involucradas en la misma.

A continuación, y en el mismo artículo en el que nos estamos basando para definir que es el emprendimiento, incluiremos el concepto que realizan Wenneekers y Thurik (1999, p. 22-55).

La capacidad manifiesta y el deseo de los individuos, ya sea por ellos mismos o mediante equipos, dentro o fuera de organizaciones existentes, de crear nuevas oportunidades económicas, esto es, nuevos productos, nuevas formas de organización, nuevos métodos de producción, etc., e introducir sus ideas en los mercados, haciendo frente a la incertidumbre y a otros obstáculos, adoptando decisiones sobre la localización y en la forma y uso de los recursos y de las instituciones. (Lupiañez et al., 2014, p. 57).

Por último, Veciana (1999) asevera que desde las Ciencias Sociales (Sociología, Antropología y Psicología Social) se sostiene que los seres humanos son el resultado de su entorno, es decir, que sus actitudes, motivaciones y todo lo que conforma su ser de alguna forma u otra hace que a la hora de crear una empresa esté condicionado por el entorno de la persona.

Pero, como dijimos al principio de nuestro marco teórico, hay quien diferencia entre emprendedores y empresarios.

Uribe y de Pablo (2011) afirman que, aunque todo empresario es un emprendedor, un emprendedor no tiene por qué ser un empresario (Covarrubias, 2003). Aunque para ellos, es más acertada la opinión de Planellas (2003) que opina que hay empresarios que no emprenden y que lo único que hacen es estar más pendientes de administrar sus empresas de manera eficiente que de realizar (o emprender) nuevos proyectos.

Según plantean, lo que diferencia al empresario del emprendedor, es que el emprendedor tiene capacidades personales y organizativas que lo hacen único, mientras que el empresario solo gestiona los recursos y es el titular de dicha explotación, es decir, que todo el mundo puede adquirir habilidades para crear un negocio, pero no todos pueden llamarse emprendedores (Irizar, 2003).

Siguiendo con Uribe y de Pablo (2011), señalaremos aquí las características de los emprendedores y la recopilación de las opiniones de distintos autores:

Capítulo 1. Marco Teórico

- **Ambición:** espíritu competitivo, superar a tus rivales, ser mejores que ellos, pero sin llegar al objetivo de derrotarlos. Hay que ser los mejores en nuestro campo, pero sin llegar a vencer a la competencia (Ayerbe y Larrea, 1995).
- **Aptitud mental positiva:** asumir las cargas laborales sin que te afecte en tu ánimo (Timmons, 1994).
- **Creatividad:** la creación de una nueva empresa constituye el nacimiento de un nuevo sistema (Hawkins y Turla, 1987).
- **Esfuerzo:** el emprendedor se empeña mucho en su trabajo diario y lo realiza con energía ya que las tareas del día a día, al exigirle poco esfuerzo no le resultan satisfactorias (Irizar, 2003).
- **Iniciativa:** se anticipan y llevan a cabo oportunidades nuevas (Gibb, 1993).
- **Tenacidad:** ponen en prácticas sus ideas y las desarrollan. Creen en su idea enérgicamente (Rock, 1987).
- **Visión de futuro:** capacidad de análisis de la actualidad para poder anticipar a los acontecimientos futuros y así adelantarse adoptando medidas exitosas (Filella, 1997; Maqueda et al., 2003.)
- **Actitud negociadora y comercial:** llegar a un acuerdo para que todo el mundo logre sus objetivos considerándolos posibles o convenientes (Douglas y Judge, 2001).
- **Decisión:** capacidad gerencial (Arents, 2004).
- **Liderazgo:** expresa claramente ideas y conceptos, de forma explícita y convincente. Hace que participen las personas que le rodean, logrando que estas personas asuman como objetivos suyos, los objetivos de la empresa (Anzola, 2005; Bueno, 2007).
- **Planificación:** cuando una persona sueña en hacer algo está respaldado por un plan que no tiene otro fin que lograr la obtención de resultados positivos (Dolabela, 2003). Así también Steward y Roth (2001) aseveran que para llegar a esos objetivos se requiere de una elaboración previa de estrategias y planteamientos de futuro sin importar el tamaño de la futura entidad.
- **Dotes Sociales:** los emprendedores, por norma general, tienen más competencias

Capítulo 1. Marco Teórico

sociales que otras personas. Además, tienen una mayor capacidad para la búsqueda de información (Barón, 2000).

Para finalizar este apartado, consideramos adecuado incluir la reflexión que realizan Uribe y de Pablo (2011) acerca del riesgo del emprendedor: “El riesgo del emprendedor en todo este proceso es inevitable y evadir ese riesgo es la clave de la supervivencia empresarial, orientando siempre el negocio a favor de la recompensa y alejándolo de contratiempos” (Uribe y de Pablo, 2011, p. 56). Algo muy alejado de lo que definiremos a continuación.

A continuación, incluiremos un breve resumen agrupando época y definición, basándonos en el artículo de Herrera y Montoya (2013, p. 19-27):

Tabla 1

Resumen del concepto de emprendedor

ETAPA	AUTOR	DEFINICIÓN
Clásica (Finales del siglo XVIII)	Richard Cantillon	Persona que pone en marcha una iniciativa empresarial conociendo los gastos, pero no los ingresos. Es la que asume el riesgo (Cantillon, 1775).
Clásica (Principio del siglo XIX)	Jean-Baptiste Say	Catalizador para el desarrollo de los productos, definiéndolo como un trabajador superior que debía hacer frente a muchos obstáculos e incertidumbres y que optimizaba la utilización de los recursos considerándolo así como el fundamento de la creación del valor (Say, 1803).
Neoclásica (Finales XIX principio XX)	Max Weber	El emprendedor es alguien con una ética y mentalidad diferente, que busca la multiplicación de su riqueza y que

Capítulo 1. Marco Teórico

		transforma su actividad en una profesión de vida (Rodríguez y Jiménez, 2005).
Pre contemporánea (Siglo XX)	Joseph Alois Schumpeter	Es el principal instrumento de cambio en la economía, ya que es la persona que causa el desarrollo económico (genera movimiento en los mercados). La función esencial del emprendedor es distinta a la del capitalista y está casi siempre mezclada con otras funciones como puede ser la dirección o gestión (Hebert y Link, 2009).
Contemporánea (finales del siglo XX)	Robert B. Carton; Charles W. Hofer y Michael D. Meeks	La capacidad manifiesta y el deseo de los individuos, o equipos de crear nuevas oportunidades económicas, esto es, nuevos productos, nuevas formas de organización, nuevos métodos de producción. Introducir sus ideas en los mercados, haciendo frente a la incertidumbre y a otros obstáculos, adoptando decisiones sobre la localización y en la forma y uso de los recursos y de las instituciones (Carton et al., 1998).

Fuente: Elaboración propia.

1.2. Emprendimiento Social

No queríamos abordar la definición de algo tan complejo como el Emprendimiento Social sin hacer previamente un avance de lo que es el Emprendimiento. Ha quedado claro mediante todas las definiciones que hemos introducido en el apartado anterior que el Emprendimiento es aquella actividad que realiza un individuo o grupo de ellos para crear, mantener o engrandecer una entidad que dedica sus esfuerzos a crear una serie de productos o dar unos servicios a cambio de una remuneración económica.

Pero ¿qué es lo que ocurre con aquellas entidades cuyo objetivo principal no es puramente económico, sino que dedican esos márgenes de beneficio a la mejora de la calidad de vida de las personas o el medio ambiente? De una forma muy amplia es lo que podríamos llamar Emprendimiento Social. A continuación, abordamos el tema principal de esta Tesis Doctoral.

1.2.1. ¿Qué es el Emprendimiento Social?

Hemos comenzado este marco teórico con la definición de emprendimiento, pero existe un conflicto entre lo que es el emprendimiento *clásico* y el Emprendimiento Social. Si bien el emprendimiento *clásico* como hemos comentado antes, es la actividad de una persona o grupos de personas que ponen en marcha una entidad para crear beneficios (sin mencionar la parte social), el Emprendimiento Social, como veremos a continuación, pone el énfasis en generar impacto social.

En esta crítica a la definición de qué es el emprendimiento (dado que, en ninguna de las definiciones anteriores, añaden el ámbito social, o simplemente las empresas no enfoquen sus esfuerzos solamente a conseguir beneficios económicos) se pone de manifiesto la diferencia de conceptos y sobre todo pone en evidencia la falta de carácter social que históricamente han tenido los emprendimientos. Empezaremos con Guzmán y Trujillo (2008) que, citando a Roberts y Woods (2005), realizan una pregunta acerca de la parte social del emprendimiento: “El emprendedor es entonces quien descubre, evalúa y explota oportunidades rentables, tomando en cuenta el riesgo, alerta de las oportunidades y necesidad por la innovación. Entonces ¿dónde encaja el aspecto social al interior de este marco conceptual para el emprendimiento?” (Trujillo, 2008, p. 46).

Actualmente no hay una definición única de Emprendimiento Social, pero sí hay diferentes estudios y artículos sobre el tema. Empezaremos con diferentes definiciones que nos ayudarán a comprender un poco más qué es el Emprendimiento Social. Melián et al. (2011) señalan que: “Los emprendedores sociales son emprendedores, y por tanto capaces de crear un negocio positivo, que aúne un proyecto empresarial de viabilidad técnica y económica (negocio posible y rentable) con la utilidad social” (p. 152). Quizás esta definición sea una de las más claras que nos podamos encontrar. Sin duda el emprendedor social no solo está buscando unos beneficios económicos para su entidad, sino que busca también que el objeto de su trabajo provoque un impacto social. También una parte a destacar de esta definición es cuando se nombra que el Emprendimiento Social tiene que ser posible y rentable. No solo vale con tener una utilidad social, sino que hay que cumplir con los pagos y obligaciones financieras típicas de una empresa.

Continuando con Melian et al. (2011), sabemos que el emprendedor social adopta también un papel de líder, ya que identifica una situación social negativa que causa exclusión, o crea marginalización o simplemente sufrimiento en un sector de la población, buscando crear un nuevo equilibrio estable para que genere beneficios permanentes para la sociedad entera (Burt, 2008).

Aunque los diferentes estudios siempre ponen de manifiesto que no existe una definición pura, todas tienen un punto en común: que los emprendimientos sociales existen para resolver problemas de índole social sin tener como prioridades buscar el beneficio económico. Un elemento común en diferentes definiciones de Emprendimiento Social es la búsqueda de soluciones a problemas sociales.

Guzmán y Trujillo (2008), citando a Sullivan (2007), definen al emprendedor como la persona que identifica oportunidades que se presentan a sí mismas como problemas que requieren soluciones y se esfuerza por crear emprendimientos para resolverlos.

El Emprendimiento Social se diferencia de los servicios sociales o de movimientos de caridad, en que con los emprendimientos se está buscando la creación social sostenible. En el mismo artículo estos autores, citando a Harding (2004) describen otra cualidad más que poseen los emprendedores sociales y que les convierten en agentes de cambio social: “Los emprendedores sociales actúan como ‘agentes de cambio’ en el sector social, innovando y actuando de acuerdo con el deseo de crear un valor social

sostenible” (Harding, 2004, p. 47).

Como ya hemos comentado, el Emprendimiento Social es algo más que crear una entidad con razón social, puesto que implica generar impacto social.

Llegados a este punto nos preguntamos ¿qué es el impacto social?

Antes de empezar definiendo el impacto social, introduciremos la definición de impacto. Según la RAEL el impacto (ambiental) es el: “Conjunto de posibles efectos negativos sobre el medio ambiente de una modificación del entorno natural, como consecuencia de obras o actividades” (RAEL, 2017). Como vemos, ofrece un valor negativo al impacto ya que se modifica el medio ambiente en perjuicio de éste.

El impacto social definido por Vanclay (2002) es aún más ambiguo, ya que no hace referencia a si es positivo o negativo. Según Vanclay el impacto social puede ser definido como:

El efecto de una acción o no acción. Pueden ser tanto positivos como negativos. Los impactos sociales son distintos de los procesos de cambios sociales en parte porque los diferentes grupos sociales pueden experimentar de manera diferente el cambio social dependiendo de las circunstancias. (Franks, 2012, p. 6).

Siguiendo con el trabajo de Guzmán y Trujillo (2008), y continuando con la misma línea de sostenibilidad, es importante la aportación de Novy-Hildesley (2007) a los planes de negocios que pueden tener los emprendimientos sociales: “Es por ello que los planes de negocios de los emprendimientos sociales están centrados especialmente en la sostenibilidad financiera” (Guzmán y Trujillo, 2008, p. 108-109).

Así mismo incluiremos la definición que estos autores hacen del Emprendimiento Social, una definición completa que resume muy bien lo que queremos decir cuando hablamos de emprendimiento:

El Emprendimiento Social (entendiéndolo como un tipo específico de emprendimiento) busca soluciones para problemas sociales a través de la construcción, evaluación y persecución de oportunidades que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando equilibrios nuevos y estables en relación con las condiciones sociales, a través de la acción directa llevada a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, empresas u organismos gubernamentales.

(Guzmán y Trujillo, 2008, p. 110).

En definitiva, aunque el Emprendimiento Social es un término de reciente creación, de una forma u otra siempre han existido organizaciones que se han ocupado de situaciones de dificultad de las personas sin tener en cuenta, en primer lugar, las cuestiones económicas.

Muy interesante es el artículo de Moreira y Urriolagoitia (2011) en el cual nos hablan de forma holística y bastante completa sobre lo que es y lo que no es Emprendimiento Social. Según las autoras del artículo, uno de los grandes autores del Emprendimiento Social fue Dees (1998), puesto que su obra “*Enterprising nonprofits*” sentó las primeras bases del Emprendimiento Social. Dees notó que frente a los costos cada vez más elevados para mantener una entidad social, las organizaciones no lucrativas empezaban a dejar de lado su forma usual de organización para poder tener fondos y así mantener su estabilidad financiera pasando a ser organizaciones lucrativas.

Dees también comentaba que algunos líderes sociales prefieren proveer bienes y servicios sociales para así tener una independencia económica asegurando su sostenibilidad. Ya en 1998 Dees auguró que las entidades sociales iban a comercializar sus programas de trabajo para poder lograr impacto social, consiguiendo así depender menos de aportaciones privadas altruistas y más de contratos.

Estos autores, abordando el trabajo de Dees y Anderson (2006), enfatizan en las ideas de que un Emprendimiento Social no es una organización no lucrativa, ya que, un Emprendimiento Social utiliza métodos empresariales para crear nuevas maneras de alcanzar objetivos sociales. Se destaca que el Emprendimiento Social busca de forma innovadora combinar el mundo empresarial y el mundo no lucrativo para crear valor social.

Siguiendo con las definiciones de Emprendimiento Social nos parece interesante continuar con la definición de Zahra et al. (2009), quienes seleccionaron alrededor de veinte definiciones de Emprendimiento Social y recogieron los puntos comunes de las mismas para definirlo de la siguiente forma: “Emprendimiento Social abarca las actividades y procesos realizados para descubrir, definir y explotar oportunidades con el fin de mejorar el bienestar social creando nuevas empresas o gestionando organizaciones existentes de una manera innovadora” (Zahra et al., 2009, p. 522).

Una buena forma de entender qué es el Emprendimiento Social es conocer sus dos niveles de análisis, que son el organizacional y el individual (Rubio et al., 2014). En este apartado estudiaremos el organizacional; el individual lo estudiaremos más adelante en el apartado Características de los Emprendedores Sociales.

El nivel organizacional se refiere a las herramientas que utiliza una empresa para alcanzar sus objetivos sociales. Dentro de ese nivel existen conceptos que nos ayudarán a diferenciar entre los emprendimientos comerciales y los emprendimientos sociales (Rubio et al., 2014):

1. **Misión:** Los emprendimientos comerciales buscan nichos de mercado con los que generar un valor económico privado, a diferencia de los emprendimientos sociales, que lo que buscan es identificar problemas sociales no atendidos. Es decir, su objetivo es satisfacer una serie de necesidades básicas, que haya una justa distribución de recursos o el desarrollo de actividades sostenibles, entre otras muchas actividades (Murphy y Coombes, 2009).
2. **Valor generado:** Tanto los emprendimientos comerciales como los sociales tienen capacidades para obtener un valor social y económico de sus actividades; la diferencia está en la forma en el que obtienen ese valor (Santos, 2012).
3. **Valor social:** Las empresas comerciales generan impacto social ya que crean trabajo y generan riqueza y bienestar. Pero su objetivo principal no es la generación de un impacto o valor social, sino una consecuencia indirecta de su labor comercial (Santos, 2012). Y como ya hemos dicho con anterioridad, el objetivo principal de las empresas sociales es la creación directa de valor social.
4. **Valor económico:** Los estudios sobre Emprendimiento Social siempre han apuntado a que estas entidades solo podían conseguir o crear impacto social (sin referirse al beneficio económico), y si llegaban a tener un beneficio económico debía de reinvertirse en la entidad (Harding, 2004; Hartigan, 2006). Pero esa línea de investigación está cambiando en los últimos años, ya que los autores apuntan ahora que estas empresas sociales sí pueden trabajar en el mercado, competir con otras entidades y ser autosuficientes económicamente, siempre y cuando la meta sea el fin social. Si se abandonase ese fin social en pro de los beneficios económicos, dejaría de ser una empresa social (Haugh, 2006; Yunus, 2008; Gatica et al., 2012).

A continuación, haremos mención a la aportación de Rubio et al. (2014) en el informe GEM 2014. Las siglas “GEM” responde al observatorio *Global Entrepreneurship Monitor*, el cual realiza anualmente informes basados en observaciones de la actividad emprendedora de numerosos países. En el artículo incluido en este informe GEM 2014, realizado por Rubio et al. (2014), los autores hacen una distinción muy interesante sobre los tipos de emprendedores sociales en función del impacto social que obtienen sus identidades. Esta clasificación se fundamenta en los estudios realizados por Zahra et al. (2009). Rubio et al. (2014, p.116) en el informe GEM los distribuye de la siguiente forma:

1. **Bricoleurs Sociales:** Son emprendedores que actúan en el ámbito local descubriendo oportunidades en su entorno. Su rol es muy importante, ya que dan visibilidad a problemas que, de otra forma, sería muy difícil que salieran a la luz.
2. **Contruccionista Social:** Este tipo de emprendedores basa su emprendimiento en solucionar problemas de ámbitos más amplios que el anterior. Es decir, suele reformar e innovar en el sistema social de una forma más general y busca cambiar y abordar necesidades sociales que otras instituciones, empresas, ONG y agencias gubernamentales no son capaces de resolver.
3. **Ingenieros Sociales:** Estos emprendedores cambian el sistema que genera problemas sistémicos de una forma revolucionaria. Impulsan la innovación que destruye esos sistemas desiguales por otras estructuras más adecuadas y justas.

Por último, queremos acabar con la reflexión que hace Pedreño (2017) ya que parte de la base del mismo problema que hemos detectado nosotros a la hora de empezar esta investigación: la falta de una definición concreta acerca del Emprendimiento Social. El autor distingue que el Emprendimiento Social es una serie de actividades e iniciativas de entidades que persiguen un objetivo social, ya sea entidades de gestión empresariales, organizaciones sin ánimo de lucro o proyectos desarrollados por el sector público.

Pedreño (2017) añade que “cualquier actividad empresarial que persiga un objetivo social puede ser considerada como ejemplo de Emprendimiento Social” (p. 59). Pero esta definición no se puede tomar al pie de la letra ya que de forma recurrente tendemos a creer que la Economía Social y las empresas sociales es lo mismo que Emprendimiento Social.

Además, explica que: “las empresas de todos los sectores económicos y de todos los tamaños, incluidas las de la Economía Social, aplican planes de Responsabilidad Social Empresarial, lo que no significa que automáticamente pueden ser consideradas como emprendimientos sociales” (Pedreño, 2017, p. 60). Por lo que habría que separar aquellas entidades que nacen con un fin social de aquellas que no nacen con ese propósito. La Responsabilidad Social Empresarial se aplica a aquellas empresas que independientemente de su actividad quieren alcanzar objetivos sociales y ambientales, pero no significa que hayan sido creadas con ese objetivo.

Terminaremos con la gran diferenciación que el autor hace entre Responsabilidad Social Empresarial y Emprendimiento Social ya que, para él, el Emprendimiento Social:

Está vinculado con el concepto de negocios sociales en el que se circunscriben empresas que mediante proyectos económicos sostenibles proveen productos o servicios a personas vulnerables en ámbito como la salud, la vivienda los servicios financieros o la alimentación, sin que sus accionistas puedan recibir una remuneración por los beneficios de la empresa, que se reinvierten en el proyecto. (Pedreño, 2017, p. 60).

Por ello hay que enfatizar en la diferencia que existe entre una empresa que nace con un fin económico y lucrativo pero que uno de sus objetivos sea alcanzar un bien social (donde entraría la Responsabilidad Social Empresarial), de las empresas sostenibles cuyo fin único es el objetivo social y los beneficios de la empresa se aplican a conseguir un impacto social mucho más grande (en vez de, por ejemplo, reparto de dividendos).

A continuación seguimos con uno de los grandes expertos en Emprendimiento Social: J.Gregory Dees y su magnífica definición sobre el Emprendimiento Social.

1.2.1.1. La definición de J. Gregory Dees

J. Gregory Dees es uno de los expertos en Emprendimiento Social más conocidos del mundo. En esta ocasión hemos escogido la traducción de su artículo “*enterprising nonprofit*” (Dees, 1998) que se publicó en 2011 en la Revista Tercer Sector. Define qué es el Emprendimiento Social y su origen. Este autor considera que los emprendedores

sociales son agentes de cambio en el sector social y lo hacen de la siguiente forma (Dees, 2011: p. 118):

1. Crean y mantienen el valor social (no solo el privado). Reconocen y persiguen nuevas oportunidades para obtener ese objetivo.
2. El emprendedor social está innovando, se adapta y aprende continuamente.
3. Actúan audazmente sin que sus recursos actuales los limite.
4. Se responsabilizan de las comunidades en las que actúan y de los resultados obtenidos.

Según Dees ésta es una definición idealizada, ya que los líderes del sector explicarían estos elementos de otra forma y en diferentes grados.

Aún así, la persona que esté cerca de alcanzar estas cuatro características, más se acoplará al modelo de emprendedor social. La innovación es un elemento clave, pues al crear mejoras sociales puede considerarse la persona más innovadora como más emprendedora.

Para profundizar en la definición, Dees (2011: p. 118) detalla cada elemento antes mencionado:

1. Agentes de cambio en el sector social:

- Los emprendedores sociales son reformistas y revolucionarios, pero tienen una misión social.
- Realizan cambios y sus perspectivas son audaces.
- Siempre atacan la raíz del problema en vez de poner parches a los problemas.
- Buscan cambios que sean sistémicos y mejoras sostenibles.
- Actúan localmente, pero sus acciones pueden repercutir para estimular mejoras en el ámbito de acción global, como pueden ser: educación, sanidad, gerontología etc.

2. Adoptar una misión para crear y mantener valor social:

La misión social es el centro del emprendimiento. No solo se puede pensar en obtener beneficios privados como la rentabilidad financiera. Y aunque parte del objetivo de los emprendimientos sociales sea para generar ingresos, crear riqueza o servir los deseos de los clientes, siempre es con el objetivo de obtener un fin social. De hecho, la medida que se utiliza en los emprendimientos sociales para medir la creación de valor, no es el

beneficio (como es en el resto de emprendimientos) sino el impacto social. Los emprendedores sociales proponen que la rentabilidad de la inversión social, sea a largo plazo. Lo que desean es que las mejoras sean duraderas y su actuación va encaminada a mantener el impacto.

3. Reconocer y perseguir sin descanso nuevas oportunidades:

Los emprendedores sociales en un problema ven una oportunidad. Su visión es cómo encontrar mejoras y su determinación es conseguir que esa mejora funcione. La persistencia se considera característica clave del emprendedor, que se combina con la voluntad de hacer ajustes a medida que se avanza. Siempre con una pregunta en la cabeza: *“¿Cómo podemos superar este obstáculo? ¿Cómo podemos conseguir que esto funcione?”*

4. Implicarse en un proceso de continua innovación, adaptación y aprendizaje:

Los emprendedores son innovadores, pero ello no siempre implica que se cree algo totalmente nuevo. Simplemente puede darse el caso de que se aplique una idea que exista, pero de otro modo o en otra situación. En cuanto a la financiación siempre buscan maneras imaginativas de asegurar la viabilidad de su empresa. Esa imaginación es la manera de operar que tienen los emprendedores de seguir con su proyecto; no es un estallido de creatividad en un momento concreto, sino un continuo.

5. Actuar audazmente sin estar limitados por los recursos actualmente disponibles:

No permiten que la limitación de recursos impida perseguir sus visiones. Los escasos recursos que tienen los utilizan eficientemente y aprovechan dichos recursos atrayendo a socios y colaborando con otros. Exploran otros recursos, desde la filantropía a métodos comerciales típicos del sector empresarial. Por ello, no están limitados por normas o tradiciones del sector.

6. Mostrar una mayor responsabilidad por las comunidades en las que sirven y con los resultados creados:

Los emprendedores sociales toman medidas para asegurar que crean valor social. Siempre quieren asegurarse de que la evaluación de las necesidades y valores de las personas o comunidades a las que prestan servicio haya sido la correcta. Buscan siempre una mejora continua para los beneficiarios y también una rentabilidad atractiva para los

inversores. Los emprendedores evalúan su progreso, ya sea económico, social o administrativo, siempre para hacer las revisiones que se necesiten y así mejorar continuamente.

1.2.2. Tipos de Emprendimiento.

Continuando con Moreira y Urriolagoitia (2011), estas autoras realizan una distinción entre el Emprendimiento Social y la acción social. La acción social, y citando a Martin y Osberg (2007), la dividen de la siguiente forma (Moreira y Urriolagoitia, 2011: p.20):

1. **Activismo social:** Se diferencia del Emprendimiento Social en su tipo de acción. No realizan una acción directa, sino que lo que pretende es influir en la sociedad, en cualquiera de sus segmentos, para que estos realicen una acción directa y puedan resolver un problema social. Pueden generar un cambio, pero, dada su naturaleza de acción, no se puede considerar Emprendimiento Social.
2. **Proveedor de Servicios Sociales:** Contribuye a satisfacer una necesidad social, siguiendo unos patrones que se establecen y con un impacto social reducido, sin generar cambio constante.

Otros autores como Neck et al. (2009) consideran que los emprendimientos sociales se distinguen por su misión y por resultados que se puedan esperar. El comportamiento que pueda tener un emprendimiento se basa en su propósito o misión que constituye la base de su ser.

Neck et al. (2009) consideran que existen distintos tipos de emprendimiento que pueden confundirse con Emprendimiento Social:

1. **Emprendimientos tradicionales:** Su misión es totalmente económica y buscan el impacto económico, por lo que no poseen una misión social sino gestionar un negocio rentable explotando oportunidades de mercado.
2. **Emprendimientos con consecuencia social:** Es muy parecido al tipo de emprendimiento tradicional, pero algunas de sus prácticas pueden generar beneficios sociales, aunque no sea el objetivo principal, sino una consecuencia del mismo dentro de sus actividades de responsabilidad social.
3. **Organizaciones no lucrativas:** Es un caso muy parecido al propuesto por Dees

y Anderson (2006). Inician una actividad comercial para obtener una mayor independencia financiera. Su razón de ser es social y buscan, por tanto, un impacto social, aunque no generarán un cambio sistémico producido por distintos medios innovadores capaces de generar valor social de forma sostenible de gran impacto.

Habiendo ya hecho una distinción de lo que es y no es el Emprendimiento Social, continuamos con Dees y Anderson (2006) y su distinción dentro del Emprendimiento Social ya que ellos consideran que la empresa social abarca varias extensiones (Moreira y Urriolagoitia, 2011, p. 22):

1. **Emprendimientos filantrópicos:** Su principal misión es la creación de valor social. No cobran a sus usuarios y sus ingresos provienen de donativos. Su capital humano está compuesto por voluntarios y sus proveedores donan u ofrecen materiales desinteresadamente.
2. **Emprendimientos comerciales:** Su misión principal es la creación de valor económico. No tienen *usuarios* sino *clientes*. Su capital proviene de las actividades propias del mercado financiero, su capital humano reside en la contratación de trabajadores en el mercado laboral y sus proveedores no donan, sino que venden sus productos a precio de mercado.
3. **Emprendimiento Social:** Se sitúa justo entre las dos definiciones anteriores, ya que, aunque el Emprendimiento Social tenga como objetivo la creación de valor social, otro objetivo prioritario sería la creación de valor económico. Sus *usuarios/clientes* se separan entre los que pueden pagar precios de mercado, los que tienen precios subvencionados o los que directamente no pagan. Sus ingresos provienen de una combinación de donativos y del mercado de capitales. Su capital humano se compone de voluntarios y de empleados con salarios acorde o por debajo de lo que dicta el mercado. A su vez los proveedores pueden cobrar precios de mercado, hacen descuentos especiales o donan materiales/productos desinteresadamente.

Roper y Cheney (2005) realizan la siguiente distinción de emprendimientos sociales (Moreira y Urriolagoitia, 2011, p. 23):

1. **El consejero delegado de una empresa:** En ocasiones estas personas quieren que una parte de su negocio esté orientada a la creación de valor social. Constantemente está innovando o reconociendo oportunidades que aparezcan. Además, piensa que las actividades que hace su empresa para generar beneficio son un medio para lograr crear valor social, en línea con la Responsabilidad Social Empresarial.
2. **Tercer sector:** Este segundo tipo son un grupo de personas que pertenecen a este sector, que tienen muy claro los pasos a seguir para resolver el problema social que han detectado.
3. **Filantropía:** “Catalizador del cambio organizativo y social” (Roper y Cheney, 2005, p.95-104). Tienen un carisma especial, se erige como el líder del cambio.

Para acabar con los tipos de emprendimientos sociales y las distintas definiciones mencionamos la distinción que hacen Rubio et al. (2014: p.115). Consideran que las empresas sociales tienen todo un fin común que no es otro que generar valor social, pero no todas comparten el hecho de conseguir beneficios económicos. Realizan tres distinciones:

1. **Empresas no lucrativas o filantrópicas:** Su financiación principal es a base de donaciones y subvenciones. Otra vía de financiación es realizar actividades comerciales subsidiarias que permitan la supervivencia de la empresa y no se reparten (en el caso que hubiera) beneficio alguno. Estos ingresos se invierten en la entidad, y como en el caso de las ONGs, por ley.
2. **Las empresas híbridas:** Tienen una misión que financian y mantienen con una actividad comercial y obtienen recursos ajenos para sobrevivir. Combinan la creación de valor social y económico, fracasando tanto si no son capaces de conseguir valor social como si no pueden autofinanciarse.
3. **Empresas socialmente responsables:** Su único fin es el económico, pero están concienciados de que hay que ser responsables y mantener un equilibrio con su entorno y sobre todo con aquellas personas que participan en su entidad, ya sean trabajadores, proveedores o clientes.

1.2.3. Factores de éxito y características de los emprendimientos sociales.

Moreira y Urriolagoitia (2011) resaltan algunos autores que hacen mención a cuáles son los factores de éxito de los emprendimientos sociales. Comienzan con los estudios de Emerson y Twersky (1996) que mantienen que el objetivo prioritario es obtener los medios suficientes para mantener su misión social en nuestra sociedad (orientada al mercado y para satisfacer a sus clientes). Abogan porque los emprendimientos sociales deben tener acceso a recursos financieros y humanos para que puedan sostener su plan de negocios.

Y encontramos aquí un punto de inflexión en los emprendimientos sociales. Los emprendimientos sociales (y ya lo hemos citado con anterioridad) se encuentran entre los emprendimientos puramente comerciales y los emprendimientos filantrópicos. Al tener características de cada uno de estos emprendimientos, y al basarse también en principios comerciales, los emprendimientos sociales necesitan tener un plan de negocios para que ese proyecto tenga éxito.

Siguiendo con la idea de Emerson y Twersky (1996), Wallace (1999) señala la importancia de crear un plan de negocios, ya que, sin ese plan, el emprendimiento puede llegar a fracasar. El apoyo de los gobiernos reduciendo impuestos e implantando incentivos específicos se convierte en algo esencial en los desarrollos de emprendimientos sociales. También aboga por la creación de una auditoría social donde evalúen los objetivos sociales y económicos conseguidos.

Thompson (2002) investigó también acerca de los factores de éxito en el Emprendimiento Social y concluyó que una parte del éxito de los emprendedores sociales es la formación. Thompson revela que el emprendedor social debe recibir formación específica tanto en gestión de personas y administración, como en control y recaudación de fondos. También consideraba que sería necesario reforzar la autoconfianza a través de grupos de apoyo donde poder identificar problemas comunes para así compartir experiencias.

También resultan muy interesantes los estudios realizados por Shaw y Carter (2007) sobre las similitudes entre el emprendimiento económico y el Emprendimiento Social. Realizaron ochenta entrevistas en profundidad a emprendedores sociales. Las similitudes

que obtuvieron fueron las siguientes:

- a) Reconocer una oportunidad de una necesidad no satisfecha. Es algo fundamental, pero descubrieron que, a diferencia del emprendimiento tradicional, los emprendimientos sociales normalmente ven que esa oportunidad o necesidad se relaciona con algo local.
- b) Establecimiento de una red social. Es fundamental para obtener información sobre el mercado y posibles socios financiadores. Es algo esencial, al igual que aporta credibilidad en la comunidad a la que pertenece.
- c) La obtención de recursos financieros. En el caso de los emprendedores sociales y a diferencia de los emprendimientos tradicionales, pueden venir de distintas fuentes y no solo de pedir un préstamo bancario (captación de socios, donaciones, etc.).
- d) El rol del emprendedor gestionando y estructurando la empresa social. Las estructuras que se pueden adoptar y el grupo de interés al que vaya a ir dirigida puede ser muy diverso.
- e) Creatividad e innovación. Puede llegar a ser mucho más importante que en un emprendimiento tradicional ya que el emprendedor social debe hacer frente a muchos problemas dado su carácter social.

1.2.4. Modelos de Emprendimiento Social.

En este apartado analizaremos las aportaciones de diferentes autores que propusieron distintos modelos acerca del Emprendimiento Social. Este grupo de autores, en vez de observar las características del emprendedor social o describir los resultados de esos emprendimientos, profundizaron en este fenómeno para comprender desde dentro cómo se desarrollan las actividades implicadas en un Emprendimiento Social (Moreira y Urriolagoitia, 2011).

1.2.4.1. Modelo Austin, Stevenson y Wei-Skillen (2006).

A partir de perspectivas teóricas que nos enseñan cómo el contexto puede potenciar o limitar los emprendimientos y el cambio social, estos tres autores y siguiendo el modelo de emprendimiento de negocio creado por Sahlman (1996) señalan cuatro componentes que se relacionan entre sí, y que conforman el modelo de Emprendimiento Social que proponen. Estos elementos son: las personas, el contexto, la transacción y la oportunidad. Cada componente es distinto y tiene su particularidad y, por lo tanto, su aportación al emprendimiento será distinta.

En la siguiente figura, mostramos el modelo de Austin, Stevenson y Wei-Skillen, al que se añaden factores demográficos, políticos y socio-culturales, como fuerzas que influyen a la hora de crear un Emprendimiento Social (Moreira y Urriolagoitia, 2011)

Figura 1. Modelo Austin, Stevenson y Wei-Skillen.

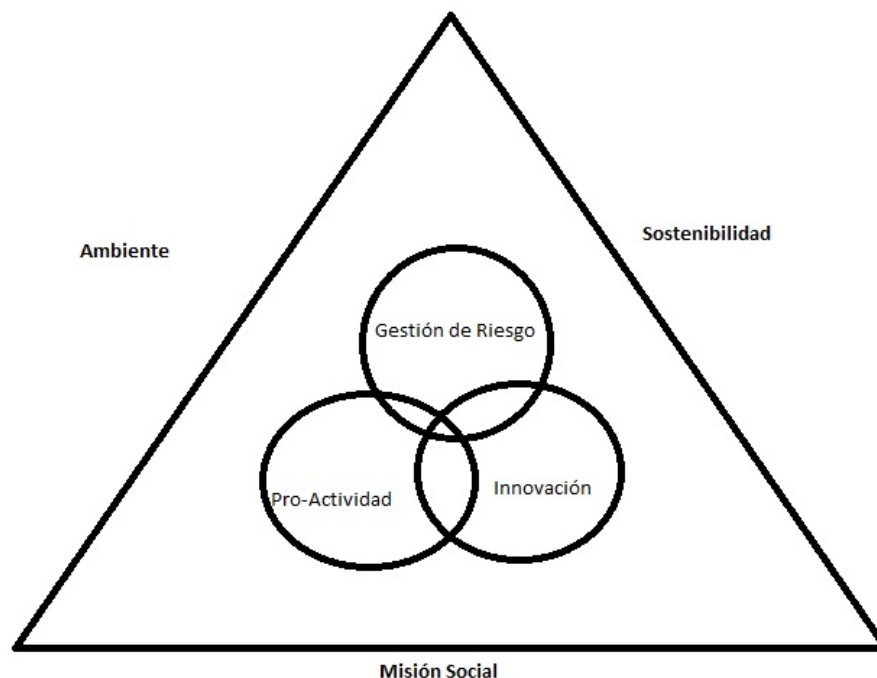


Fuente: Moreira y Urriolagoitia, 2011, p. 30.

1.2.4.2. Modelo Weerawardena y Mort (2006).

Estos autores crean un modelo multidimensional según el cual la creación de valor social siempre dependerá del grado de innovación, proactividad y de la gestión de riesgos que el emprendedor pueda ofrecer y soportar. Estos grados están sujetos siempre a la sostenibilidad, la misión social del emprendimiento y el ambiente. Los procedimientos de innovación, proactividad y la gestión de riesgos se supeditan al deseo de alcanzar una misión social y, por supuesto, su sostenibilidad. El fin no justifica los medios y es por eso que el Emprendimiento Social busca la sostenibilidad dentro de un mercado cambiante y dinámico, que les obliga a buscar dicha sostenibilidad ante la escasez de recursos. Por último, el emprendedor tiene un ambiente competitivo que le obliga a adoptar una postura competitiva a la hora de adquirir recursos financieros. En la siguiente figura vemos el modelo propuesto por Weerawardena y Mort.

Figura 2. Modelo Weerawardena y Mort.



Fuente: Moreira y Urriolagoitia, 2011, p. 31.

1.2.4.3. Modelo Trivedi (2010).

Trivedi propone un modelo basado en los principios de la ecología social, disciplina que centra la máxima atención al contexto social, institucional y cultural donde las personas interactúan. Trivedi propone tres ejes que representan tres dimensiones:

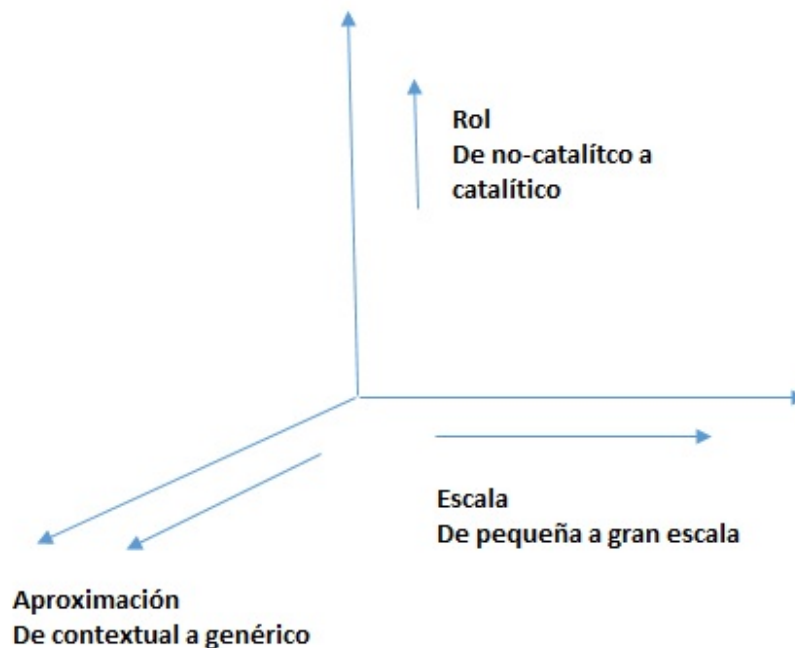
- El rol del emprendedor en el proceso de cambio social: liderazgo, motivación y compromiso
- La aproximación al problema social
- Alcance del problema social

Este autor expande la dimensión de rol del emprendedor. Cuando hablamos de liderazgo, oscila entre dos extremos: rol no catalítico y catalítico. En las primeras etapas de desarrollo de un Emprendimiento Social, el emprendedor será no catalítico: participación directa y constante. Conforme el tiempo vaya pasando y el emprendimiento evolucione a una etapa institucional, que como resultado dará una expansión a gran escala, su rol será catalítico y el cambio social será sostenido por la comunidad.

En relación a la dimensión de aproximación al problema social, oscila entre contextual y genérica. En los primeros compases del emprendimiento será una perspectiva más contextual, abordará el problema desde un punto de vista socio-económico y cultural en el contexto en el que actúa, pero en un futuro ese punto de vista se expandirá siendo más genérico, en parte gracias a la notoriedad del problema y de las redes sociales implicadas.

Trivedi concluye que un Emprendimiento Social surgirá a nivel local, por lo que el cambio social en un principio será pequeño (Moreira y Urriolagoitia, 2011).

Figura 3. Modelo Trivedi.



Fuente: Moreira y Urriolagoitia, 2011, p. 31.

1.2.4.4. Modelo para el análisis organizativo de la empresa social.

Desde la Universidad Politécnica de Madrid, una serie de investigadores (Fisac et al., 2011) proponen una herramienta que facilite la comprensión de la empresa social. Este grupo de investigadores pretenden con la creación de este modelo, que sea un primer paso para conseguir una definición acerca de la estructura de la empresa social, definiendo también elementos necesarios para poder crear una empresa de esta índole.

Según este modelo, las empresas tradicionales y las sociales funcionan de la misma forma: tienen trabajadores, producen bienes y servicios, saben a qué público dirigirse, participan en el mercado, buscan personas o entidades que inviertan en su empresa y siempre optimizan su rendimiento.

Además, tienen elementos en común: un equipo que emprende, estrategias y modelo de negocio, una ventaja competitiva que sea necesaria para la estabilidad del negocio y

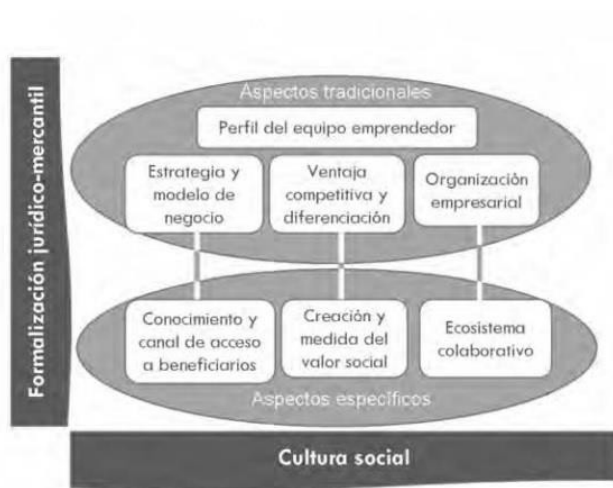
una estructura organizativa.

Pero la empresa social tiene una serie de particularidades concretas para hacer su misión. Este modelo incluye una serie de elementos que diferencian a la empresa social de otro tipo de empresas:

1. Conocimiento y canal de acceso a los colectivos beneficiarios. Tener un medio que interceda entre las partes para así saber identificar las necesidades de las personas y llegar de una manera óptima.
2. La creación de valor social y de qué forma va a impactar en la comunidad.
3. Crear una red de colaboración entre diferentes actores que permita que las comunidades locales se impliquen.

Si unimos estos elementos daremos paso a la cultura social, que será un conjunto de valores compartidos sobre los que se basa la organización y la formalización jurídica mercantil (Fisac et al., 2011: p.54).

Figura 4. Modelo para el análisis organizativo de empresa social.



Fuente: Fisac et al., 2011, p. 54.

1.2.5. Cultura emprendedora.

En este apartado consideramos relevante estudiar el porqué de las pocas iniciativas emprendedoras que tienen los trabajadores sociales. Aunque hay muy buenas intenciones, el resultado final es que hay pocos emprendimientos empresariales o asociativos.

Consideramos que el emprendimiento se trabaja desde abajo, se basa en la educación, desarrollo y trabajo para que la persona desde que empieza a estudiar desde pequeño vea que existe la opción de crear tu propia entidad o institución.

Interesante es al respecto la opinión de Wompner (2012) acerca de qué es lo que hay que enseñar y promover acerca del emprendimiento. Wompner señala que el emprendimiento ha de ser inculcado “promoviendo valores como: la responsabilidad, el amor al trabajo, la valorización de la innovación, el premio al riesgo, el respeto por la palabra empeñada, la honestidad y la perseverancia” (p. 5).

Además, puntualiza que es algo que se tiene que enseñar a los más jóvenes para prepararlos para que en el futuro puedan emprender: “Estos valores deben ser cultivados en nuestro sistema educacional. Hoy ello no ocurre con la profundidad que se requiere. El espíritu emprendedor se fomenta también enseñando habilidades a los niños y jóvenes” (Wompner, 2012, p. 5).

Wompner, citando a Bacus y Romain (1992), se centra en qué habilidades, como el trabajo en equipo, el liderazgo, el reconocimiento a las actitudes innovadoras y la comunicación, “son más necesarias en el mundo actual, en donde las estructuras organizacionales son menos verticales y en donde los métodos de comunicación son cada día más visuales” (Wompner, 2012, p. 5-6).

Pero creemos que la aportación de Batista et al. (2015) es la más completa pues analizan la situación de la educación en emprendimiento en España desde la educación primaria hasta la universidad. De forma breve veremos cómo se desarrolla en nuestra educación:

- **Educación Primaria:**

Según estos autores en el Real Decreto 126/2014, de 28 de febrero, por el que se establece el currículo básico de la Educación Primaria, se consideró que se debían incorporar elementos orientados para el desarrollo del espíritu emprendedor de los más pequeños, promoviendo que las administraciones educativas fomentasen medidas para que el alumno desarrollase ese espíritu. Aunque se sentaron las bases con ese decreto, la realidad es muy distinta.

Es por ello, que Batista et al. (2015) consideran que no se ha dado un avance mayor en la integración del emprendimiento en la educación primaria por varias razones, entre otras la falta de tiempo y material específico, y también la escasa formación del profesorado en materia de emprendimiento. De hecho, la mayoría de iniciativas que se han llevado a cabo han sido gracias a que los profesores han impulsado dichas actividades, ya sea para cumplir la normativa interna de los centros o porque entidades ajenas a las escuelas las han llevado a cabo (sin coste alguno para los centros educativos).

- **Educación Secundaria Obligatoria (ESO):**

Al igual que en la educación primaria se quiso introducir el emprendimiento en la educación y consolidar las actividades que se estaban haciendo en los cursos anteriores. Así, en la Ley Orgánica 10/2002 de 23 de diciembre, en su artículo 22, se establece que hay que “consolidar el espíritu emprendedor, desarrollando actitudes de confianza en uno mismo, el sentido crítico, la iniciativa personal y la capacidad para planificar, tomar decisiones y asumir responsabilidades” (LOCE, 2002). De hecho, en el año 2011 con el Decreto 1146/2011 de 29 de julio, se incluyó una materia optativa llamada “Orientación profesional e iniciativa emprendedora”. Pero, aunque por parte del Estado ha habido iniciativas para incluir el emprendimiento en la ESO, al igual que pasó con la educación primaria, no se ha cumplido tal como se esperaba. Es más, la percepción que tienen Batista et al. (2015) es que la implantación ha sido desigual dependiendo de la Comunidad Autónoma, situándose en Andalucía el grado de implantación entre 10% y 15%.

- **Bachillerato:**

Antes de que se pidiera incluir formación en emprendimiento en la educación de nuestro país, el Bachillerato fue pionero en este tema, pues se manifestó una necesidad de fortalecer el mundo empresarial y el emprendimiento para empoderar a los estudiantes en la realidad socioeconómica del país.

En nuestro actual sistema educativo se incorporaron dos materias de carácter general como son *Economía* y *Economía de la empresa*, pero el emprendimiento se estudia con un carácter anecdótico, ya que las asignaturas están más orientadas al espíritu empresarial que al espíritu emprendedor.

- **Formación Profesional:**

Por ley se establece que se eduque en espíritu emprendedor en todas las familias profesionales de la Formación Profesional a nivel nacional. De hecho, los programas e iniciativas contaban con un mínimo de 35 horas al año (55% del contenido curricular). Más tarde las Comunidades Autónomas aumentaron ese porcentaje curricular hasta el 100%. Según Batista et al. (2015), el módulo profesional de Empresa e Iniciativa Emprendedora tiene un mínimo de 65 horas, dándose dos horas a la semana desde septiembre hasta marzo en todas las Formaciones Profesionales, tanto en los ciclos de grado medio como superior.

- **Formación universitaria:**

Podemos decir que mientras que se detectaron deficiencias en la formación emprendedora tanto en la educación primaria como en la secundaria, el papel del emprendimiento en la universidad no se cuestiona (Batista et al., 2015). Hace una década pocas universidades incluían procesos emprendedores en sus títulos, pero poco a poco la estructura universitaria ha ido incluyendo la formación para emprender hasta tal punto que los equipos rectorales la hacen suya incluyéndola dentro de su programa de gobierno institucional. El actual modelo de “triple hélice” (universidad, empresa y gobierno) ha generado también un marco favorable para el emprendimiento, ya que ha favorecido las relaciones entre esos tres sectores entendiéndose más y mejor.

Siguiendo con este apartado de emprendimiento y educación en la universidad, Sánchez-Cañizares y Rodríguez-Gutiérrez (2014) afirman que el emprendimiento no solo significa crear movimientos empresariales, sino que es una forma de vida y de actuar. Por lo que esa formación en la universidad tiene que otorgar a los estudiantes una serie de capacidades para poder generar y crear valor en la sociedad en la que viven.

Sánchez-Cañizares y Rodríguez-Gutiérrez (2014) revisan la situación de los programas de empleo en los que se busca dar una salida laboral al estudiante que termina o está terminando sus estudios universitarios; por regla general se centran en la búsqueda de empleo, ya sea por cuenta ajena u orientando a oposiciones para empleo público. Teniendo

en cuenta la cantidad de estudiantes que terminan sus estudios universitarios y la poca oferta de empleo o la gran exigencia de requisitos para ellos, se antoja un poco difícil encontrar trabajo nada más salir de la Universidad. Por lo que no es la primera ni la última vez que los egresados se ven obligados a ocupar puestos de menor cualificación o estar en situación de desempleo durante largo tiempo (Sánchez-Cañizares y Rodríguez-Gutiérrez, 2014, p. 3).

En el caso de Andalucía, desde el año 2011 se inició el I Plan de Fomento de la Cultura Emprendedora en el Sistema Educativo Público de Andalucía, al considerar las Universidades andaluzas que era necesario crear una alternativa para aquellas personas que sentían las necesidades de crear su propio trabajo.

Estos autores reflexionan acerca de la posición que tienen que tener las universidades andaluzas acerca del fomento del emprendimiento en sus aulas.

Pensamos sinceramente que existen multitud de jóvenes que tienen tanto la preparación como las cualidades para ser motor de nuevas iniciativas empresariales y la universidad no puede ser mera transmisora y creadora de conocimiento, sino que también puede y debe de ser semilla de cambio y de progreso. La universidad debe ocupar una posición estratégica y desempeñar un papel decisivo en la gestión del cambio. (Sánchez-Cañizares y Rodríguez-Gutiérrez, 2014, p. 4).

Para terminar este apartado queremos comentar que en la reciente Ley 3/2018, de 8 de mayo, Andaluza de Fomento del Emprendimiento, se han incluido varios artículos en donde se hace referencia al fomento y la difusión de la cultura emprendedora. Hablaremos de dicha Ley y dichos artículos en el apartado 1.3.3.2. Ley 3/2018, de 8 de mayo, Andaluza de Fomento del Emprendimiento.

1.3. Legislación

Una vez que hemos definido qué es el emprendimiento y el Emprendimiento Social, y después de haber mostrado la importancia de la cultura emprendedora en nuestra sociedad, creemos que es transcendental hablar de las leyes y normativas que regulan el Emprendimiento Social en Europa.

No ha sido una búsqueda fácil ya que, en la mayoría de los casos, la normativa se

centra en el emprendimiento, pero no en el Emprendimiento Social.

1.3.1. Legislación Europea.

En este apartado queremos empezar analizando qué es lo que se está trabajando desde las instituciones europeas con respecto al Emprendimiento. Comenzaremos con el Plan de Acción sobre Emprendimiento 2020, donde la Comisión Europea describe una serie de pilares para fomentar el emprendimiento entre la población europea.

Después de analizar dicho Plan de Acción, comentaremos la iniciativa de Emprendimiento Social.

Hemos querido analizar solamente este Plan y la Iniciativa pues vemos que es algo que tiene mucha relación con nuestra investigación, ya que, aunque hay otros apartados que podríamos tratar aquí (los Fondos Sociales Europeos, entre otros), vemos más adecuado para nuestra Tesis Doctoral analizar aquellos movimientos que promuevan el emprendimiento de una forma holística como lo hace el Plan de Acción sobre Emprendimiento 2020 y la iniciativa de Emprendimiento Social.

1.3.1.1. Plan de Acción sobre Emprendimiento 2020.

En septiembre del año 2013 la Comisión Europea redactó un comunicado al Parlamento Europeo, Consejo, Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, desglosando lo que sería el Plan de acción sobre Emprendimiento 2020 (Comisión Europea, 2013).

Este plan consiste en una serie de pilares basados no solo en fomentar la creación de emprendimientos, sino también en facilitar y allanar el camino a los emprendedores y promover la cultura emprendedora.

La Comisión Europea justifica la importancia del Plan porque en Europa debido a la crisis, el porcentaje de personas que preferían trabajar por cuenta propia ha bajado de un 45% a un 37,7% (en EE. UU es de un 51% y en China de un 56%) y si deciden crear emprendimientos estos crecen de manera más lenta que en el resto de países emergentes

o en EE.UU. (Comisión Europea, 2012).

Así, la Comisión avala que el Plan de Acción va destinado a liberar el potencial del emprendimiento en Europa, eliminar los obstáculos existentes y revolucionar la cultura del emprendimiento.

Concretamente propone los siguientes pilares:

Pilar nº 1: Educar y formar en materia de emprendimiento para promover el crecimiento y la creación de empresas:

- a) Nuevas bases: aumentar la prevalencia y la calidad del aprendizaje del emprendimiento.

La Comisión propone que el emprendimiento se incluya en la enseñanza secundaria. Avala que entre el 15 y el 20% de los estudiantes que participan en programas de creación de miniempresas, en el futuro crearán la suya propia (Jenner, 2012). Pero acaben o no fundando empresas o empresas sociales, la Comisión recalca que los jóvenes van a desarrollar conocimientos empresariales y aptitudes y actitudes esenciales: creatividad, iniciativa, tenacidad, trabajo en equipo, conocimiento de riesgo y sentido de la responsabilidad.

- b) Enseñanza superior con el emprendimiento:

La Comisión Europea señala que las universidades deben hacerse más emprendedoras. La Comisión, junto con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), ha creado un marco para universidades emprendedoras, el cual dotará de ayudas a las universidades interesadas para autoevaluar y mejorar su capacidad con módulos de formación.

En resumen, la Comisión propone con este pilar lo siguiente:

- Homogeneizar el movimiento emprendedor europeo reuniendo conocimientos en común para analizar el impacto.
- Reforzar la cooperación de los Estados miembros para poder introducir el emprendimiento en la educación.
- Desarrollar junto con la OCDE escuelas y centro de educación y formación de profesionales emprendedores, EFP.
- Fomentar el reconocimiento y la validación del aprendizaje del

emprendimiento en entornos de aprendizaje informales o no formales.

- Difundir en 2013 el marco orientativo de la universidad emprendedora: facilitará intercambios entre universidades y promoverá gradualmente entre las instituciones de enseñanza superior de la Unión Europea.
- Respalda mecanismos adecuados de creación de empresas impulsadas por la universidad y ecosistemas emergentes.

Pilar nº 2: Crear un entorno en el que los emprendedores puedan desarrollarse y crecer:

Desde la Comisión Europea apuntan que hay seis áreas fundamentales en las que se debe actuar para mejorar el fomento de emprendimientos:

- a) Mejor acceso a la financiación.
- b) Apoyo a las nuevas empresas en las fases cruciales de su ciclo vital y ayuda a su crecimiento.
- c) Aprovechamiento de las nuevas oportunidades para las empresas en la era digital.
- d) Facilitar el traspaso de negocios.
- e) Convertir los fracasos en éxitos: segunda oportunidad para los empresarios honrados en quiebra.
- f) Simplificar y clarificar la carga normativa: normas más claras y sencillas.

Pilar nº 3: Establecer modelos y llegar a grupos específicos:

- a) Nuevas percepciones: los emprendedores como modelo:

Se quiere hacer referencia a la necesidad de cambiar la percepción que tienen muchas personas acerca de los emprendedores. Se basa en la idea de cambiar hacia una percepción positiva de los emprendedores mediante una comunicación práctica y positiva de sus logros, su valor para la sociedad y las oportunidades de crear nuevas empresas o adquirir otras como objetivo de carrera.

- b) Nuevos horizontes: llegar a las mujeres, mayores, inmigrantes, desempleados y jóvenes:
 - Mujeres: La mujer representa un gran potencial de emprendimiento en Europa. Pero cuando se deciden a emprender tienen muchas más dificultades que los hombres, y acceder a la financiación y a la formación, o conciliar

vida familiar y trabajo supone un sobreesfuerzo por el cual se deben adoptar medidas en favor de su adaptación al movimiento empresarial. La Comisión creará una plataforma para el asesoramiento a las mujeres que quieran emprender y además fomentará el intercambio de las mejores prácticas entre Estados miembros.

- Personas mayores: Los empresarios jubilados son un excelente recurso para otros emprendedores. Su experiencia y sus conocimientos pueden facilitar al fundador de un emprendimiento que no tenga experiencia en el mundo empresarial consejos en la puesta en marcha del mismo. La Comisión fomentará la tutela de emprendedores mayores y nuevos emprendedores, ya sea para intercambio de conocimientos y experiencias o para la alfabetización en las nuevas tecnologías hacia colectivos de personas que tengan un desfase tecnológico.
- Emprendedores inmigrantes: La OCDE informa que las personas inmigrantes son muchos más emprendedoras que los nativos de un estado, y que además estos emprendedores crean de 1,4 a 2,1 nuevos puestos de trabajo (OCDE, 2010). Por lo tanto, este potencial no puede dejarse escapar. La Comisión propondrá iniciativas de actuación para atraer a emprendedores inmigrantes. Además, promoverá emprendimientos entre los inmigrantes que ya se encuentren en la UE.
- Desempleados, en particular jóvenes: El problema del desempleo en Europa es un mal endémico que azota a todos los países miembros. Debido a esta problemática, se deben establecer sistemas que ayuden a la creación de empresas para así crear puestos de trabajo. La Comisión propuso en este sentido las siguientes medidas:
 - Puso en marcha en 2014 un instrumento de microfinanciación dirigido a grupos vulnerables (personas desempleadas, en riesgo de perder el empleo, con dificultad para incorporarse al mercado laboral).
 - Facilita, mediante el Fondo Social Europeo, asistencias técnicas centradas en nuevos emprendedores jóvenes y a emprendedores sociales.

1.3.1.2. La iniciativa de Emprendimiento Social de la Comisión Europea.

En el año 2014 y siguiendo con la línea del Plan de Acción de Emprendimiento 2020, la Comisión Europea desarrolla una serie de medidas prioritarias para mejorar la situación del Emprendimiento Social (Comisión Europea, 2014). Las dividen en tres apartados muy parecidos a los pilares del Plan de Acción:

1. Medidas para mejorar el acceso a la financiación de las empresas sociales:
 - Crear un marco regulador europeo para fondos en Emprendimiento Social.
 - Estimular el desarrollo de microcréditos.
 - Implantar un instrumento financiero dotado de 92,8 millones de euros para mejorar el acceso a la financiación.
 - Consagrar la prioridad de financiar a las empresas sociales en los Reglamentos del Fondo Europeo de Desarrollo Regional y del Fondo Social Europeo.
2. Medidas para mejorar la visibilidad de las empresas sociales:
 - Catalogar de forma exhaustiva las empresas sociales en Europa para identificar buenas prácticas y recopilar datos fiables.
 - Crear una base de datos pública de las etiquetas y certificaciones aplicables a las empresas sociales en Europa, para mejorar su visibilidad.
 - Promover el aprendizaje mutuo y el reforzamiento de las competencias de las Administraciones nacionales y regionales y ayudar a éstas a poner en marcha estrategias integradas de apoyo a las empresas sociales.
 - Crear una plataforma de información e intercambio única y multilingüe para las empresas sociales y quienes trabajan con ellas.
3. Medidas para mejorar el entorno jurídico de las empresas sociales:
 - Proponer un régimen específico y simplificado para los servicios sociales: poner más énfasis en el aspecto cualitativo de la adjudicación de contratos y posibilitar que se reserven contratos para empresas sociales.
 - Simplificar la aplicación de las normas sobre ayudas estatales a los servicios sociales y locales.

1.3.2. Legislación Española.

En el apartado nacional, vamos a centrarnos en la primera ley en la historia de España en la que se trata el emprendimiento como tal. Desgraciadamente, no hay un apartado que hable del Emprendimiento Social como lo hemos ido tratando en nuestra investigación, pero, dada la importancia de esta Ley, creemos muy importante su análisis.

1.3.2.1. Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internalización.

En el año 2013 y debido a la desaparición entre los años 2008 y 2012 de cerca de 1,9 millones de empresas en España (LAESI 14/2013 de 27 de septiembre), el gobierno ve la necesidad de crear una ley de apoyo a los emprendedores: Ley 14/2013 de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internalización.

Para analizar la siguiente ley, destacaremos los títulos y capítulos relevantes a nuestra investigación.

TÍTULO I

APOYO A LA INICIATIVA EMPRENDEDORA

Dicho título contiene medidas en diferentes ámbitos para estimular la cultura emprendedora y así fomentar el inicio de emprendimientos.

CAPÍTULO I

Educación en emprendimiento

Lo que se pretende en este capítulo es que desde el sistema educativo (primaria, secundaria y en la universidad) se enseñen las habilidades requeridas para ser emprendedor. Pero no solo a los estudiantes, ya que también se plantea que el profesorado esté formado en materia de emprendimiento.

CAPÍTULO II

El emprendedor de responsabilidad limitada

Se crea una nueva figura empresarial: emprendedor de Responsabilidad Limitada que consiste en que las personas físicas podrán evitar que la responsabilidad derivada de sus deudas empresariales afecte a su vivienda habitual cumpliendo una serie de requisitos. Entre ellas que la vivienda habitual del deudor no supere los 300.000 €

CAPÍTULO III

La Sociedad Limitada de Formación Sucesiva

Nueva figura de sociedad, no tiene un capital mínimo. El régimen será el mismo que el de las Sociedad de Responsabilidad Limitada. Están sometidas a límites y obligaciones para reforzar sus recursos propios e impulsar que estas empresas crezcan en la autofinanciación.

CAPÍTULO IV

Inicio de la actividad emprendedora

Adopta medidas para agilizar la creación de emprendimientos. Se crean los Puntos de Atención al Emprendedor que serán electrónicos o presenciales y donde se podrán llevar a cabo todos los trámites necesarios para el inicio, ejercicio y cese de una actividad empresarial.

TÍTULO II

APOYOS FISCALES Y EN MATERIA DE SEGURIDAD SOCIAL A LOS EMPRENDEDORES

Se adoptan nuevas medidas para solventar los problemas de liquidez y acceso a créditos de las empresas. La más destacada es que para poder solventar dichos problemas, dentro del ámbito del Impuesto sobre el Valor Añadido (I.V.A) se crea un régimen especial del criterio de caja.

Desde la página web de la agencia tributaria se define el Régimen especial del criterio de caja de la siguiente forma:

Capítulo 1. Marco Teórico

Permite a los sujetos pasivos retrasar el devengo y la consiguiente declaración e ingreso del IVA repercutido hasta el momento del cobro a sus clientes, aunque se retardará, igualmente, la deducción del IVA soportado en sus adquisiciones hasta el momento en que efectúe el pago a sus proveedores (criterio de caja doble); todo ello con la fecha límite del 31 de diciembre del año inmediato posterior a aquel en que las operaciones se hayan efectuado. (Agencia Tributaria, 2013)

Es decir, que hasta el momento que no se cobre el pago del cliente no se pagará el I.V.A.

TÍTULO III

APOYO A LA FINANCIACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES

Se incluyen nuevas medidas para apoyar la financiación de los emprendedores. De las medidas adoptadas destacaremos las siguientes:

- a) Se modifica la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero.
- b) Las entidades de crédito podrán emitir valores de renta fija con la denominación exclusiva de “Cédulas Territoriales”.
- c) Se modifica la Ley 22/2003, de 9 de julio, Concursal. Se introduce el Artículo 71 bis. Nombramiento del experto por el Registrador. Se nombrará un experto independiente encargado de verificar los acuerdos de refinanciación.

TÍTULO IV

APOYO AL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE PROYECTOS EMPRESARIALES

Su cometido es crear medidas para facilitar y fomentar el crecimiento empresarial.

CAPÍTULO I

Simplificación de las cargas administrativas

Se aprueban medidas para la reducción de las cargas administrativas. Se mejorará la regulación de las actividades económicas; los empresarios no deberán contestar más de

Capítulo 1. Marco Teórico

una encuesta para el Instituto Nacional de Estadística durante el primer año de actividad; se amplían los supuestos en que las PYMES podrán asumir la prevención de riesgos laborales; y, por último, se elimina la obligación de que las empresas tengan un libro de visitas a disposición de los funcionarios de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social.

CAPÍTULO II

Medidas para impulsar la contratación pública con emprendedores

Se propone eliminar barreras para que los emprendedores puedan acceder de una forma mucho más fácil a la contratación pública, de forma que estos contratos actúen como palanca a la expansión y consolidación de empresas.

CAPÍTULO III

Simplificación de los requisitos de información económica financiera

Se propone flexibilizar las exigencias en materia de contabilidad a las empresas pequeñas, siempre que tengan un principio de proporcionalidad, es decir, que su crecimiento sea exponencial y acorde a la inversión y no sea un crecimiento explosivo.

1.3.3. Legislación Andaluza.

Por último, analizaremos la situación en Andalucía. En el año 2013 la Junta de Andalucía aprobó el Decreto-Ley 8/2013, de 28 de mayo, con el que se pretendía adoptar una serie de medidas que facilitasen la inclusión en el mercado laboral de desempleados andaluces y el impulso del emprendimiento en nuestra Comunidad Autónoma, facilitando la creación de empresas y la estabilidad de las mismas.

Además, también analizaremos la reciente Ley 3/2018, de 8 de mayo, Andaluza de Fomento del Emprendimiento.

Después de analizar el Decreto-Ley 8/2013, de 28 de mayo y la Ley 3/2018 de 8 de mayo, detallaremos el acuerdo al que llegaron sectores de la Economía Social, sindicatos y la Junta de Andalucía, para el fomento de la economía y el Emprendimiento Social.

1.3.3.1. Decreto-Ley 8/2013, de 28 de mayo, de Medidas de Creación de Empleo y Fomento del Emprendimiento.

A continuación, describiremos en qué consistía este Decreto-Ley (DL 8/2013 de 28 de mayo) centrándonos en los programas de ayudas y en las iniciativas específicas:

1. Programa Bono de Empleo Joven:

Dirigido a personas mayores de 18 años y menores de 35. Para poder acceder al Bono Empleo Joven se tenía que estar en posesión de alguna de estas titulaciones: Universitaria; Formación Profesional de Grado Medio o Superior; o Graduado en Educación Secundaria Obligatoria procedente del Programa Segunda Oportunidad Educativa.

Objetivo: Fomentar la obtención de empleo y proporcionar la incorporación laboral de los jóvenes mayores de 18 años y menores de 35.

Ayuda: Se concedían 400€a la persona durante 12 meses. Cuando la persona obtenía un contrato de trabajo, se formalizaba la ayuda. Dicho contrato tenía que ser a jornada completa e indefinido (exceptuando el de emprendedores y empleo joven) o de formación y prácticas. Las empresas tenían el deber de cumplir el convenio colectivo.

Presupuesto (2013/2014): 15 millones de euros. Se estimaba que para un total de 3.125 bonos.

2. Programa Apoyo y Fomento del Trabajo Autónomo:

Objetivo: Se pretende crear y promover una red de trabajo productivo innovador, creativo, competitivo y que generase empleo estable dentro del marco del Trabajo Autónomo.

Presupuesto inicial para 2013: 51,17 millones de euros. Se crearon seis líneas de ayudas:

- Línea 1. Creación de empleo en el Trabajo Autónomo: Con el fin de fomentar la creación de empleo estable, esta línea estaba destinada para los menores de 35 años.
- Línea 2. Consolidación de empleo en el Trabajo Autónomo: Ayudas para

transformar los contratos temporales en indefinidos ordinarios hasta un máximo de tres contratos.

- Línea 3. Creación de empresas de Trabajo Autónomo: Con la pretensión de impulsar el Trabajo Autónomo a personas con un grado de discapacidad igual o superior al 33%, hombres hasta 30 años y mujeres hasta 35. Consistía en una ayuda de 2.000€ a aquellas personas que se convirtieran en trabajadores autónomos además de una cuota de autónoma de 50€ durante dos años.
- Línea 4. Consolidación empresarial del Trabajo Autónomo: Se crearon una serie de iniciativas para fortalecer el Trabajo Autónomo con estructuras comerciales, productivas y de gestión:
 - Cooperación empresarial: Desarrollando proyectos entre empresas.
 - Relevo generacional: Creación de procesos de transmisión y continuidad.
 - Innovación empresarial: Planes sectoriales de innovación, creatividad y competitividad.
 - Cohesión y competitividad empresarial: Impulsando redes de cooperación y concentración.
- Línea 5. Fomento de la innovación en el Trabajo Autónomo: Creándose el Bono Innovación en el Trabajo Autónomo, destinado a fomentar la creación o consolidación de autónomos, sociedades civiles o comunidades de bienes. Éstas tienen que ser promovidas por titulados universitarios que desarrollasen proyectos innovadores. Las ayudas consisten desde una ayuda económica para el proyecto (entre 2.000€ y 8.000€) y 3.000€ por contratación indefinida a jornada completa (máximo de 3 contratos).
- Línea 6. Promoción del Trabajo Autónomo: Dirigida a aquellas organizaciones empresariales y sindicales que trabajen en el apoyo al Trabajo Autónomo. Se incluyeron tres líneas:
 - Información y difusión de la importancia del Trabajo Autónomo.
 - Orientación y asesoramiento empresarial para el Trabajo Autónomo.

- Estudios de prospección del Trabajo Autónomo.

3. Programa Apoyo a la Economía Social:

Objetivo: Fomentar el empleo estable, cualificado y de calidad en cooperativas y sociedades laborales.

Se crearon tres líneas de ayuda:

- Línea 1. Fomento del Empleo en Cooperativas y Sociedades Laborales: Para incorporar a personas socias trabajadoras, incentivos entre 1.000€ y 2.000€ para la contratación de personal gerencial o técnico especializado, incentivos de hasta 10.000€
- Línea 2. Fomento del Emprendimiento Social: Fomentar el empleo con la creación y mantenimiento de empresas relevantes para la economía social. Los gastos subvencionables podrían llegar a ser del 100% (hasta 200.000€).
- Línea 3. Intercooperación Empresarial en la Economía Social: Promover la cooperación entre cooperativas que persigan un objetivo común para poder compartir recursos, reducir riesgos y costes. Suponiendo un aumento de los ingresos y mejorando la productividad y la eficiencia.

4. Programas de Becas de internacionalización para Técnicos superiores en F.P.

Objetivo: Formar y cualificar a titulados en Comercio Internacional, Marketing y Publicidad, Transporte y Logística, y en Administración y Finanzas para dotar a las empresas andaluzas de personal cualificado.

Iniciativas Específicas:

1. Acción de Fomento de las Personas Emprendedoras:

Principalmente destinado a menores de 35 años. Su objetivo era proporcionar financiación en forma de créditos a los jóvenes emprendedores andaluces, fomentando con ello la creación de empleo.

Presupuesto inicial 2013: 125 millones de euros.

Proyectos financiados:

- Universitarios.
- Ámbito innovador.
- Ámbito tecnológico.

- Ámbito economía social.
- Spin-off empresarial.

2. Atención Preferente para personas desempleadas mayores de 45 años:

Dirigido a personas desempleadas mayores de 45 años que proceden de EREs en el sector industrial y en el momento de la solicitud no estuviesen recibiendo prestación económica alguna. Podrán acceder a:

- Ser colectivo prioritario en las contrataciones de los nuevos planes de empleo.
- Ser colectivo preferente en los incentivos a la creación de empresas o autoempleo.
- Acceder a Itinerarios Personalizados de Emprendimiento.

3. Iniciativa estratégica en Territorios especialmente afectados por el desempleo:

Destinado a zonas denominadas de especial atención y que tienen prioridad para la aplicación de las medidas de apoyo a la creación de empresas y empleo, y de apoyo a la actividad productiva. Para ello se calcula el Indicador Sintético del Mercado de Trabajo Local de Andalucía, a partir de:

- Número de demandantes de empleo no ocupados inscritos en el Servicio Andaluz de Empleo.
- Número de ocupados estimado a partir de las cifras de afiliaciones a la Seguridad Social.

1.3.3.2. Ley 3/2018, de 8 de mayo, Andaluza de Fomento del Emprendimiento.

La presente Ley tiene como objetivo fomentar el emprendimiento en Andalucía y siempre desde un prisma de igualdad de oportunidades. Por ello se crea el Sistema Andaluz para Emprender (LAFE 3/2018 de 8 de mayo).

Los principios rectores de esta Ley son los siguientes:

- a) Derecho de la persona a emprender en igualdad de oportunidades.
- b) Remoción de emprendimientos que limite el desarrollo de cualquier iniciativa que atente

Capítulo 1. Marco Teórico

contra el género, edad, territorio o procedencia social.

- c) Unión y fomento del emprendimiento.
- d) Reconocimiento social de la persona emprendedora.
- e) Reconocimiento del emprendimiento rural.
- f) Atención a especiales circunstancias de las personas emprendedoras (discapacidad o riesgo de exclusión social).
- g) Igualdad efectiva entre hombres y mujeres.
- h) La relación en el mercado en equilibrio con los derechos sociales.

A continuación, pasaremos a mostrar los títulos de la ley y destacaremos los capítulos y artículos más importantes en relación al tema de esta Tesis Doctoral.

TÍTULO I

ESTRUCTURA DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO

CAPÍTULO I

Sistema Andaluz para Emprender

En este capítulo se define qué es el Sistema Andaluz para Emprender y para qué ha sido creado. En el artículo 4, “Definición y objeto del sistema”, se establece que el Sistema Andaluz para Emprender es el instrumento sistematizado para facilitar la creación de empresas y el inicio de la actividad económica. Además, tenderá a generar contextos para favorecer entornos donde pueda prosperar la innovación y el emprendimiento.

Para ello en el artículo 5 enuncian una serie de servicios de apoyo y consolidación del emprendimiento, tales como:

- a) Consultas.
- b) Evaluación de la propuesta.
- c) Plan de empresa.
- d) Consultoría-formación.
- e) Tutorización de proyectos.
- f) Incubadoras de empresas.

Capítulo 1. Marco Teórico

- g) Nuevas oportunidades para emprender.
- h) Iniciativas de emprendimiento colectivo.
- i) Iniciativas de emprendimiento en economía social.
- j) Asesoramiento a emprendedoras y empresarias.
- k) Emprendedores en el ámbito juvenil.
- l) De iniciativas innovadoras de alto valor social y potencial de crecimiento.
- m) Iniciativas de intraemprendimiento.
- n) Asesoramiento financiero.
- o) Acceso a la innovación tecnológica.
- p) Asesoramiento a personas emprendedoras para trabajadores y trabajadoras autónomos.
- q) Servicio de intercooperación.

Como instrumentos de atención serán los Centros Andaluces de Emprendimiento y la Red de Incubadoras de Empresas donde los emprendedores podrán acudir para poder crear sus emprendimientos y tener una supervisión. El personal que atenderá estos servicios estará formándose permanentemente.

Por otra parte, Andalucía Emprende y la Fundación Pública Andaluza serán las entidades a las que les corresponderá la prestación de los servicios definidos en esta Ley. Además, la Consejería competente (que no nombra la Ley) coordinará los servicios entre Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza y otras entidades públicas de la Junta de Andalucía.

Esta Consejería promoverá la participación y las iniciativas de las corporaciones locales, las cámaras de comercio, industria y navegación, los agentes sociales y económicos.

CAPÍTULO II

Instrumentos complementarios de apoyo

En este capítulo se aborda el acceso a la financiación de los futuros emprendedores. La Junta de Andalucía fomentará la accesibilidad al crédito y el microcrédito, especialmente para aquellos proyectos de carácter emprendedor promovidos en el ámbito de esta ley.

Igualmente, se regularán programas y medidas para impulsar la financiación:

Capítulo 1. Marco Teórico

- a) Líneas específicas de avales a través de sociedades de garantía recíproca.
- b) Líneas de préstamos participativos con financiación pública para proyectos emprendedores.
- c) Instrumentos de capital riesgo y capital semilla con financiación pública y/o privada.
- d) Microcréditos dirigidos a personas emprendedoras y microempresas que lleven operando menos de dos años y con planes de viabilidad.
- e) La promoción de acuerdos periódicos con distintas entidades públicas o privadas.
- f) El ofrecimiento a los emprendedores, autónomos, microempresas, pequeñas y medianas empresas de herramientas necesarias para su autodiagnóstico de su situación.
- g) El refuerzo y ampliación de las medidas de apoyo al emprendedor.
- h) Establecimiento de mecanismos de financiación de los costes de la protección de la propiedad industrial e intelectual para emprendedores.

Además, se regularán líneas específicas y diferenciadas de apoyo:

- a) Proyectos tecnológicos e innovadores.
- b) Proyectos creativos e innovadores.
- c) Iniciativas empresariales derivadas de proyectos de investigación en el marco de las enseñanzas universitarias, de bachillerato y de formación profesional.
- d) Proyectos con alta capacidad exportadora.
- e) Proyectos de cooperación.
- f) Emprendedores que inician un nuevo proyecto empresarial después de haber tenido experiencias anteriores.
- g) Iniciativas empresariales emprendidas por mujeres o personas menores de 30 años o mayores de 45.

CAPÍTULO III

Programa Andaluz de Formación para Empezar

Capítulo 1. Marco Teórico

En este capítulo la Ley establece el Programa Andalúz de Formación para Emprender con el objeto de crear un sistema que forme y desarrolle las capacidades, habilidades y conocimientos para el impulso de nuevas iniciativas empresariales, especialmente iniciativas innovadoras y creativas.

TÍTULO II

FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO EN SECTORES ESPECÍFICOS

CAPÍTULO I

Emprendimiento en economía social

Con esta Ley también se pretenden crear medidas y objetivos para impulsar el emprendimiento en economía social. Para poder llevar a cabo estos programas, se establece como objetivo impulsar la innovación social en la identificación y aplicación de soluciones prácticas a problemas sociales.

Por otro lado, se promoverá elevar los niveles de formación, contenidos y capacitación para acometer iniciativas de economía social. Además de atraer el sector de la economía social a iniciativas innovadoras con una cualificación alta. Se pretende también mejorar el acceso a fuentes de financiación.

Se pone mucho énfasis en fomentar una mayor participación ciudadana y sobre todo fomentar la integración social de colectivos en riesgo de exclusión social o en desventaja.

CAPÍTULO IV

Emprendimiento individual

En este apartado se incluyen las ayudas y medidas para el emprendimiento individual, fundamentalmente para mujeres y jóvenes. Se pretende elevar los niveles de formación y capacitación de los emprendedores individuales al igual que mejorar al acceso a la internacionalización de sus productos y a los nuevos procesos de comercialización, organización y producción.

Se incluyen también medidas específicas como pueden ser incentivos para favorecer e impulsar el emprendimiento en sus fases iniciales e incentivos para atender a la conciliación

Capítulo 1. Marco Teórico

personal, particularmente en situaciones relacionadas con el embarazo y la maternidad.

También se toman medidas de apoyo al emprendimiento de segunda oportunidad y medidas relacionadas con la consolidación y continuidad de iniciativas emprendedoras.

TÍTULO III

FOMENTO Y DIFUSIÓN DE LA CULTURA EMPRENDEDORA

Éste es uno de los títulos más importantes de la Ley ya que se pretende estimular el espíritu innovador y cooperativo a través de su integración en el desarrollo curricular de la enseñanza no universitaria. Para ello se promoverá en la Secundaria y Formación Profesional los valores de responsabilidad social que debe atender cualquier actividad emprendedora y empresarial. Se pretenden también promover valores como el esfuerzo, la realización personal o el liderazgo, entre otros.

En todo momento está garantizado que la importancia del espíritu innovador y cooperativo se refleje adecuadamente en el material didáctico y en la formación del profesorado.

En concreto, para la Formación Profesional se procede a una adecuación constante de la oferta formativa, reglada y no reglada a las necesidades de formación general de personas emprendedoras.

Y, por último, en el sistema universitario se incluirán competencias en materia de emprendimiento, incorporando recursos y nuevas líneas de actuación.

TÍTULO IV

PLAN GENERAL DE EMPRENDIMIENTO

En este último título se habla del Plan General de Emprendimiento. Este Plan establecerá mecanismos, procedimientos y metodologías de ejecución del conjunto de políticas para el fomento de la cultura y la actividad emprendedora.

Su contenido será el siguiente:

- a) Análisis del entorno.
- b) Diagnóstico del emprendimiento en Andalucía.
- c) Definición de necesidades y objetivos estratégicos y operativos para cada una de las áreas básicas de actuación.

Capítulo 1. Marco Teórico

- d) Definición de las prioridades de acción y desarrollo de programas, instrumentos y medidas de los objetivos establecidos.
- e) Medidas de coordinación interadministrativa y con las iniciativas privadas del fomento del emprendimiento.
- f) Programas de seguimiento y evaluación, estableciendo indicadores territoriales que permitan el análisis comparativo.

Una vez que hemos comentado los principales aspectos de esta Ley andaluza de Fomento del Emprendimiento, vamos a comentar el último Pacto andaluz relativo a la Economía Social suscrito por la Junta de Andalucía y los agentes sociales.

1.3.3.3. III Pacto andaluz por la Economía Social Andaluza suscrito por la Junta de Andalucía, la Confederación de entidades para la Economía Social de Andalucía, Comisiones Obreras de Andalucía y la Unión General de Trabajadores.

En el año 2011 la Junta de Andalucía, CEPES Andalucía, CCOO y UGT Andalucía firmaron el III Acuerdo por la Economía Social Andaluza (Andalucía, 2011). Reconocen que las características empresariales de la economía social convierten a ésta en una opción idónea para generar riqueza, al igual que trabajo estable y de calidad. Las empresas sociales, además tienen un compromiso total con la responsabilidad social corporativa, siendo socialmente responsables para la viabilidad de sus proyectos. Otro punto fuerte de la Economía Social que señalan en este acuerdo es que la calidad del empleo está relacionada con la estabilidad laboral, siendo un alto porcentaje los trabajadores con contrato indefinido.

En este acuerdo se destacan las siguientes líneas de actuación:

1. Promocionar la Economía Social.
2. Fomentar el espíritu empresarial bajo modelos de empresas de Economía Social.
3. Impulsar la innovación social.
4. Mejorar la competitividad de las empresas de Economía Social.
5. Favorecer la empleabilidad, la inserción laboral, el empleo de calidad y las relaciones laborales.

Capítulo 1. Marco Teórico

6. Mejorar la capacitación de personas socias y trabajadoras de Economía Social.
7. Incentivar el desarrollo del mundo rural y agrario mediante fórmulas empresariales de economía social.
8. Facilitar el acceso a la financiación a las entidades de Economía Social.
9. Remover los obstáculos normativos y simplificar los trámites.
10. Posicionar a la economía social como interlocutor visible.

1.3.4. Panorama legislativo autonómico en España.

En este apartado queremos destacar las diferentes leyes de emprendimiento o promoción al trabajo autónomo que tienen las diferentes Comunidades Autónomas. En España, desde el año 2011 se han creado muchas iniciativas para fomentar el emprendimiento, pero no solo desde el gobierno, sino que la mayoría de las Comunidades Autónomas han creado leyes propias para complementar la jurisdicción presente o simplemente para fomentar la creación de empresas en un momento dado.

A continuación, pasaremos a nombrar las distintas leyes:

- **Galicia:** Ley 9/2013, de 19 de diciembre, del emprendimiento y de la competitividad económica de Galicia.
- **Cantabria:** Decreto 9/2013, de 28 de febrero, por el que se regulan las subvenciones destinadas a la promoción del empleo autónomo en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- **País Vasco:** Ley 16/2012, de 28 de junio, de Apoyo a las Personas Emprendedoras y a la Pequeña Empresa del País Vasco.
- **La Rioja:** Ley 10/2013, de 21 de octubre, de Apoyo a Emprendedores, Autónomos y Pymes.
- **Navarra:** Ley Foral 12/2013, de 12 de marzo, de Apoyo a los Emprendedores y al Trabajo Autónomo en Navarra.
- **Castilla y León:** Ley 5/2013, de 19 de junio, de Estímulo a la Creación de Empresas en Castilla y León.
- **Castilla la Mancha:** Ley 15/2011, de 15 de diciembre de 2011, de

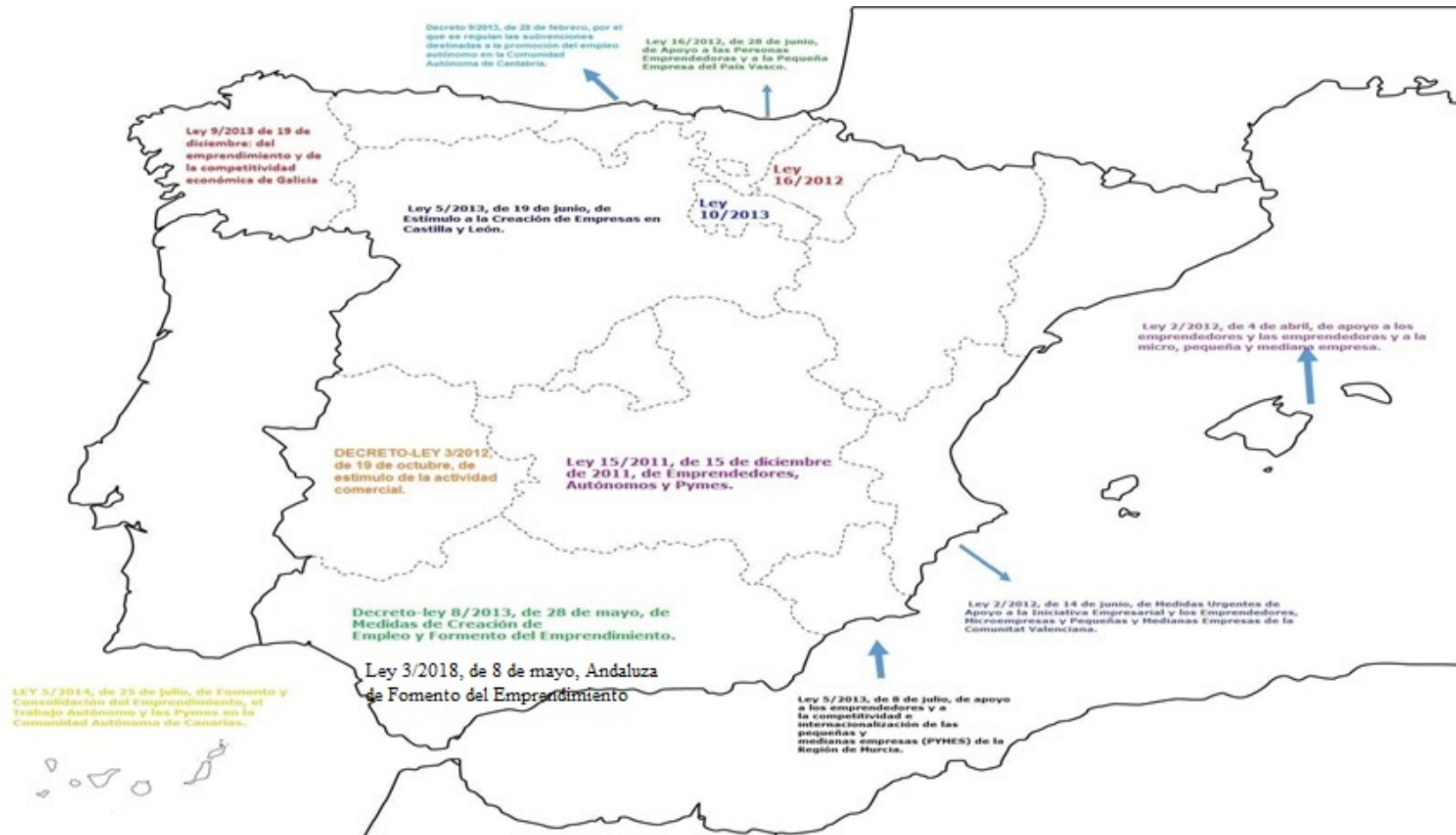
Capítulo 1. Marco Teórico

Emprendedores, Autónomos y Pymes.

- **Comunidad Valenciana:** Ley 2/2012, de 14 de junio, de Medidas Urgentes de Apoyo a la Iniciativa Empresarial y los Emprendedores, Microempresas y Pequeñas y Medianas Empresas de la Comunitat Valenciana.
- **Murcia:** Ley 5/2013, de 8 de Julio, de Apoyo a los Emprendedores y a la Competitividad e Internacionalización de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de la Región de Murcia.
- **Extremadura:** Decreto-Ley 3/2012, de 19 de octubre, de Estímulo de la Actividad Comercial.
- **Islas Baleares:** Ley 2/2012, de 4 de abril, de Apoyo a los Emprendedores y las Emprendedoras y a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.
- **Islas Canarias:** Ley 5/2014, de 25 de Julio, de Fomento y Consolidación del Emprendimiento, el Trabajo Autónomo y las Pymes en la Comunidad Autónoma de Canarias.

Por último comentar que no hemos encontrado leyes específicas para las comunidades autónomas de Cataluña, Asturias, Aragón, Ceuta y Melilla.

Figura 5. Mapa de España con las diferentes leyes de emprendimiento dividido por Comunidades Autónomas.



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 2. FUNCIONAMIENTO DE LAS EMPRESAS SOCIALES

2.1. Cuestiones Previas

Hemos querido añadir esta sección en la Tesis por varias razones. La primera de ellas porque identificamos un desconocimiento por parte de un sector de los profesionales de las Ciencias Sociales en aspectos empresariales, en concreto, el aspecto que vamos a tratar: los modelos de negocio.

Creemos que el modelo Canvas (modelo que trataremos más adelante) puede ser una herramienta fundamental en aquellas personas que vayan a crear una entidad, ya sea social o no. El hecho de que el siguiente apartado se llame modelo de negocio, puede producir algún tipo de rechazo en ciertos sectores de las Ciencias Sociales pues no le vean utilidad, pero sin duda alguna creemos que podrá ser un instrumento útil que llevándolo a nuestro terreno y amoldándolo a nuestras necesidades, puede permitir progresar y ofrecer un impacto social más importante.

Para ello también mostraremos dos ejemplos de modelos de negocios totalmente diferentes entre ellos: uno será de la empresa DomusVi (antigua Sarquavita) donde desglosaremos cuáles son sus líneas de negocio y de qué forma crean valor. El segundo modelo de negocio que mostraremos será el de una Trabajadora Social que trabaja de forma autónoma.

Nuestra intención sobretodo es que la persona que lea esta Tesis Doctoral tenga una herramienta útil para poder utilizarla en su día a día, que pueda aplicarla en su entidad ya creada para poder mejorarla o el día que quiera crear una iniciativa emprendedora.

Es por ello que desde un principio hemos querido que la Tesis fuera funcional y práctica, es esa la razón por la que desglosaremos diferentes modelos de negocio, para poder dar así una visión global de dichas entidades, y mostraremos en qué consiste, un modelo negocio aplicable tanto a una empresa, asociación, ejercicio libre de la profesión, etc.

2.2. Modelo de Negocio

2.2.1. ¿Qué es el modelo de Negocio?

Para ofrecer una definición de modelo de negocio, comenzaremos con Hedman y Kalling (2003) que, citando a Timmers (1998), lo define como: “una arquitectura del producto, servicio y corriente de información, incluyendo una descripción de varios actores de negocios y sus roles: una descripción de los potentes beneficios para los diversos actores empresariales” (Zott et al., 2011, p. 6). De esta definición, podemos deducir que un modelo de negocio es la columna vertebral de una entidad, ya que, de una forma u otra sirve para seguir un camino marcando qué actividades son las que realiza en el mercado y de qué forma obtiene resultados positivos.

Van de Vrande et al. (2006), nos describe el modelo de negocio como:

El set de las actividades que una firma realiza, cómo lo realiza, cuándo lo realiza y cómo utiliza los recursos para realizar las actividades, dadas sus industrias, para crear valor superior al cliente y poner a sí mismo en una posición de valor apropiado. (Van de Vrande et al., 2006, p. 350).

Se centra, por tanto, en qué actividades realiza el modelo de negocio para crear valor. A continuación, explicaremos brevemente la definición que hace Osterwalder et al. (2005) pues ahondaremos con más profundidad en su modelo de negocio más adelante:

Un modelo de negocio es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones y que nos permite expresar la lógica de negocio de una empresa específica. Es la descripción del valor que una empresa ofrece a uno o varios segmentos de clientes y de la arquitectura de la empresa y su red de socios para crear, comercializar, y aportar este valor a la vez que genera un flujo rentable y sostenible de ingresos. (Osterwalder et al., 2005, p. 5).

En esta definición se alude también a la sostenibilidad de la empresa. Más allá de la importancia que tiene la creación de valor en la organización, debe procurarse una estructura de ingresos y costes estable y viable.

Osterwalder et al. (2005) propusieron como componentes que debe tener un modelo

de negocio los siguientes: proposición de valor, objetivo del consumidor, canales de distribución, relaciones, configuración de valor, capacidad, asociación, estructura de coste y modelo rentable.

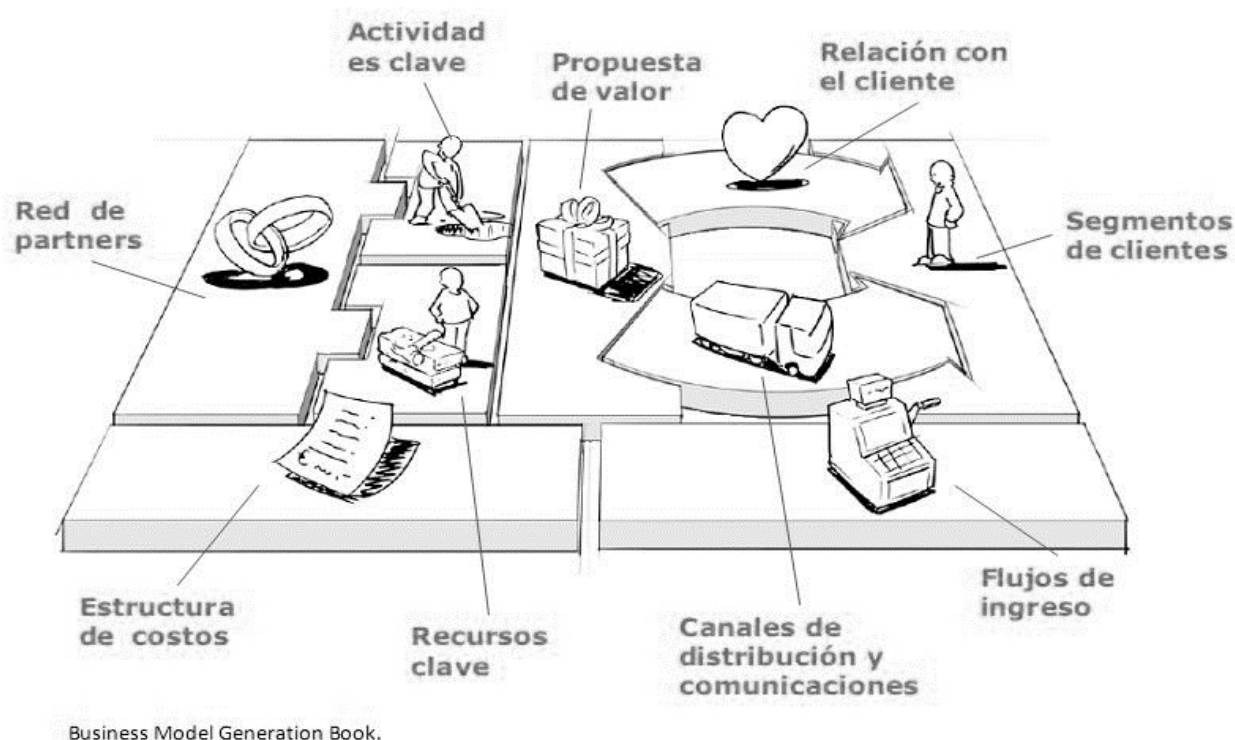
Años más tarde, Johnson et al. (2008) engloba en una forma holística la definición de modelo de negocio: “Consiste en cuatro elementos entrelazados que, tomados a la vez, crean y entregan valor. Estos son: propuesta de valor al cliente, fórmula del beneficio, recursos clave, y procesos clave” (p. 6). Estos cuatro elementos pueden considerarse como imprescindibles en la generación y entrega de valor a los clientes.

Por último, Zott et al. (2011) nos traen la definición de Teece (2010): “Un modelo de negocio articula la lógica, los datos y otra evidencia que apoye una proposición de valor para el consumidor, y una estructura viable de ingresos y costes para la empresa entregando valor” (Zott et al, 2011, p. 6). Teece parte de la definición elaborada por Osterwalder, refiriéndose a la generación de valor pareja a la consecución de una estructura de ingresos y costes sostenible para la empresa.

2.2.2. Modelos de Negocio según Alexander Osterwalder.

Para Osterwalder y Pigneur (2011) el modelo de negocio es donde se describen las bases sobre las que una empresa se crea, proporciona y capta valor. Estos autores proponen nueve módulos que cubrirán las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y sostenibilidad económica. Podemos considerar el modelo de negocio como un “proyecto” en el cual se basa una estrategia que se aplicará a la futura forma de actuar de la empresa.

Figura 6. Modelo Canvas.



Fuente: Osterwalder y Pigneur(2011).

Los nueve módulos son:

1. **Segmentos de clientes:** Este módulo va dirigido a nuestros clientes más importantes, que son aquellos para los que creamos valor. Es donde se van a definir los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa.
2. **Propuesta de valor:** En resumen, Osterwalder y Pigneur plantean en este módulo qué productos y servicios crea nuestra empresa para un segmento de clientes específico. Qué valor tenemos o vamos a proporcionar a nuestros clientes.
3. **Canales de distribución y comunicaciones:** Es el método empleado por la empresa para comunicarse con sus clientes, tanto para llegar a ellos, como para proporcionarles valor.
4. **Relación con el cliente:** Las empresas han de establecer qué tipo de relación desean tener con el segmento (si será una asistencia personal, si será exclusiva, si

habrá autoservicio, etc.).

5. **Fuente de ingresos:** Llegamos a una de las partes más importantes del modelo de negocio de Osterwalder y Pigneur. Por “fuente de ingresos” se refieren al precio que están dispuestos a pagar los clientes y por qué tipo de valor. Siempre y cuando se identifique qué es lo que el cliente está buscando (el tipo de valor), se podrán crear fuentes de ingresos para cada segmento de mercado.
6. **Recursos clave:** Se refiere a qué recursos (físicos, económicos, intelectuales o humanos) necesitamos para la creación de valor, canales de distribución, relaciones con el cliente y fuente de ingresos.
7. **Actividades clave:** Muy parecido al módulo de recursos clave, pero esta vez centrándose en qué acciones son las más importantes que debe realizar la empresa para que dicho modelo de negocio funcione.
8. **Red de partners (asociaciones clave):** Aquí se describe cuál será el círculo de socios y proveedores o qué recursos se van a adquirir y cuáles son las actividades de los proveedores y socios. Se crean alianzas con otras empresas para poder mejorar el modelo de negocio. Existen cuatro tipos de asociaciones: las alianzas estratégicas entre empresas no competidoras, la coopetición (asociaciones estratégicas entre empresas competidoras), las joint ventures (unión de empresas para crear nuevos negocios) y las relaciones cliente-proveedor (para garantizar la fiabilidad de los suministros).
9. **Estructura de costos:** La estructura de costos indica la composición de los costes de la empresa o cuánto suponen para el modelo de negocio vigente. La creación y entrega de valor tiene un coste.

2.2.3. Ejemplos de modelos de negocios.

En este apartado queremos mostrar qué es el modelo Canvas con entidades que se dedican al Emprendimiento Social o que son profesionales del Trabajo Social y que ejercen el libre ejercicio de la profesión.

Nuestro objetivo consiste en mostrar que existen elementos de otras disciplinas como

Capítulo 2. Funcionamiento de las Empresas Sociales

puede ser la Economía y las Ciencias Empresariales que podemos utilizar para nuestro propio beneficio y nuestro crecimiento como profesión, sin olvidar nuestros principios y ética social. Creemos que una sinergia de elementos en un principio tan dispar como es el mundo empresarial y el Trabajo Social, puede conllevar a efectos muy positivos en futuros proyectos e investigaciones.










En primer lugar, comenzaremos con una profesional del Trabajo Social que ejerce el libre ejercicio de la profesión. Cabe destacar que su labor profesional se basa en la formación en Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la gestión de una página web dedicada al Trabajo Social Corporativo. Asimismo, está iniciando la creación de proyectos sociales relevantes a la RSC que llevará en marcha próximamente.

En una reunión celebrada el día 12/01/2016 en el colegio de Trabajo Social de Sevilla, reuní toda la información para poder incluirla en el modelo Canvas:

Modelo de negocio de Trabajador Social realizando el libre ejercicio de la profesión.

Figura 7. Modelo Canvas de Trabajador Social realizando el libre ejercicio de la profesión (ejemplo).

The Business Model Canvas

Key Partners  Colegio Oficial de Trabajo Social de Sevilla Asociacion para la difusión de la responsabilidad empresarial y social (ADRES) Plataforma de defensa del TS ASPIR fundation	Key Activities  Redactar cursos y propuestas Llamar a clientes potenciales Fijar Reuniones	Value Proposition  Formación sobre TS y RSC TS y nuevas salidas profesionales TS y emprendimiento social Servicios de trabajo social de empresa	Customer Relationships  Relación estrecha y personal	Customer Segments  Colegios Oficiales de Trabajo Social Universidades Asociaciones Empresas Mineras
Key Resources  Ordenador Portatil Despacho Recursos Humanos: ella misma y una socia Transporte		Channels  Blog Boca a boca Redes sociales Networking en eventos Ventas		
Cost Structure  Móvil Coste dominio web Desplazamiento		Revenue Streams  Distintas tarifas por los servicios prestados Cobrar siempre después del servicio		

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo 2. Funcionamiento de las Empresas Sociales

Continuando con los ejemplos de modelo Canvas, esta vez lo dirigimos a una gran empresa como es DomusVi (resultado de la fusión de las empresas SARquavita y Geriatros) es una empresa de servicios sociosanitarios a personas mayores y aunque es una empresa tradicional (busca la maximización de beneficios) es una empresa que entre sus objetivos principales tiene la ética, la excelencia y la sostenibilidad. Es por ello que DomusVi dispone de diferentes comités para alcanzar esos objetivos que son: comité de crisis, comité de coordinación, comité de igualdad, comité de responsabilidad social empresarial, comité de innovación y desarrollo, y por último el comité de ética asistencial.

DomusVi no solo se conforma con dar un servicio asistencial a las personas mayores, sino que pretende cuidar a las personas, su familia y sobre todo está centrada en la persona. Hemos elegido DomusVi para la investigación de su modelo de negocio, pues es la mayor empresa dedicada al servicio de asistencial de personas mayores y personas con dependencia que existe en nuestro país.

Si hablamos de cifras, DomusVi ha tenido una facturación de 450 millones de euros en 2016 (Geriatros - SARquavita, 2017). En total tiene 154 centros sociosanitarios, cuenta con cerca de 20.000 profesionales (de los cuales el 88% son mujeres) y atiende entre todos sus servicios a cerca de 60.350 personas.

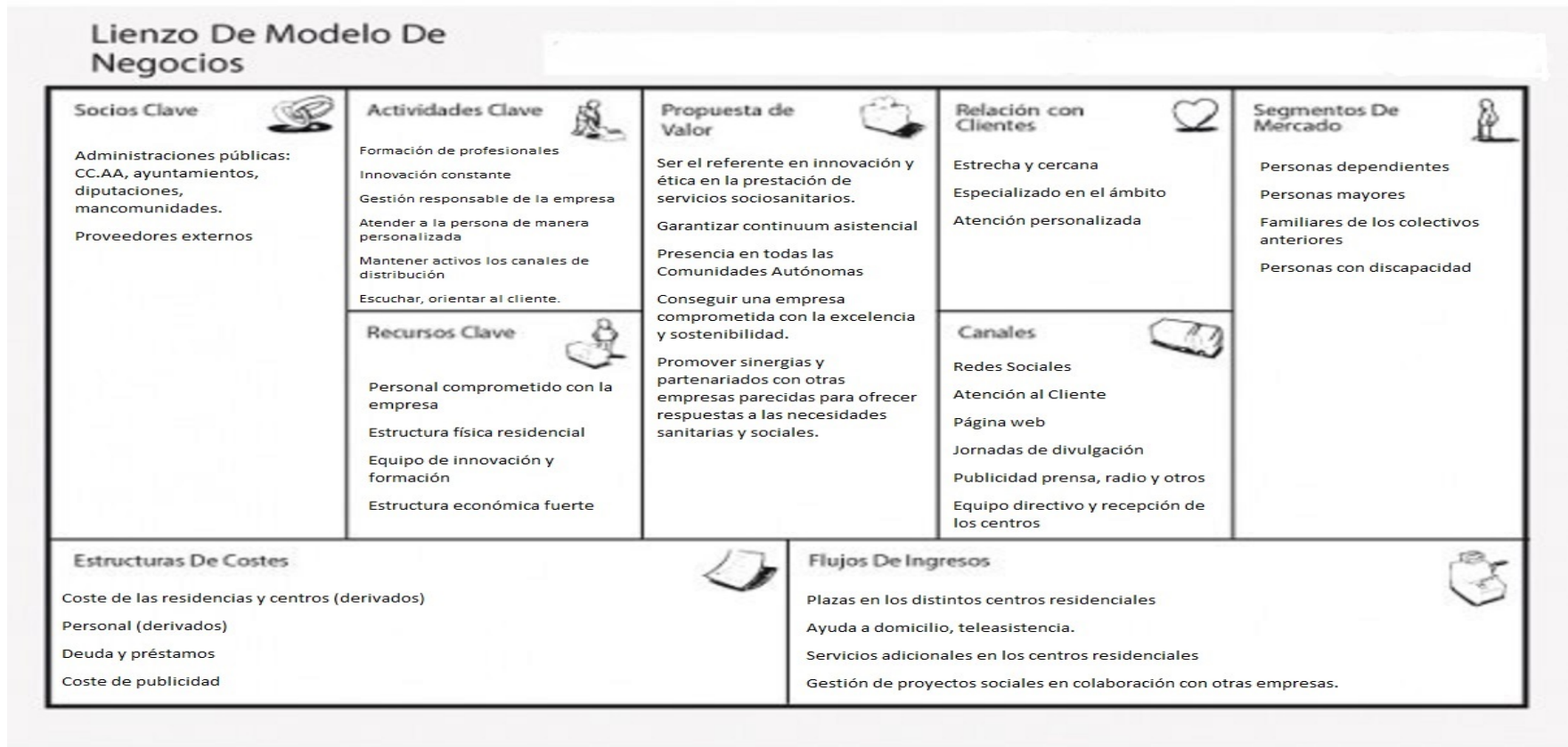
En el apartado de trabajadores, tienen pleno derecho a beneficios sociales y conciliación de la vida laboral y familiar, aparte de representación sindical, formación y la posibilidad de promoción interna como lo puede tener cualquier empresa de nuestro país.

En el apartado de formación, en los distintos centros se impartieron en el año 2016 un total de 2.232 acciones formativas.

El modelo Canvas de esta empresa aparece en la siguiente figura.

Modelo de Negocio Sarquavita

Figura 8. Modelo de Canvas Sarquavita.



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

3.1. Introducción, hipótesis y objetivos

El origen de esta investigación no es otro que la necesidad de buscar una respuesta a las siguientes preguntas: ¿Son los trabajadores sociales emprendedores? ¿Sienten los trabajadores sociales deseos de emprender?

Debido a la falta de información y de investigaciones al respecto que nos hemos encontrado respecto al emprendimiento en Trabajo Social, nos vemos en la obligación de aportar a la disciplina científica del Trabajo Social una investigación acerca del emprendimiento y del Emprendimiento Social.

Por ello creemos necesario que algo tan importante como es la metodología de investigación utilizada tenga una justificación como la que vamos a desarrollar ahora.

Esta metodología en la que nos hemos basado en toda la Tesis Doctoral viene precedida por una hipótesis de investigación. Nuestra hipótesis, basada en la pregunta ¿son los trabajadores sociales emprendedores? Es la siguiente:

Los Trabajadores Sociales no quieren realizar emprendimientos privados o lucrativos, sino que prefieren trabajar por cuenta ajena.

¿En qué nos hemos basado para plantear esta hipótesis? Fundamentalmente en dos aspectos. Por un lado, en el hecho de que existe una falta de entidades privadas o del tercer sector dirigidas o creadas por trabajadores sociales. Por otro lado, consideramos que los egresados y estudiantes en Trabajo Social tienen muy asumido que su salida profesional tarde o temprano será opositar o trabajar por cuenta ajena, y por ello no ven que el emprendimiento sea una salida profesional.

Por todo esto, creemos necesaria nuestra investigación y es por eso nos pareció de suma importancia conocer la opinión de estudiantes y egresados del Trabajo Social, con el objetivo de refutar (o no) nuestra hipótesis.

Para poder comprobar si nuestra hipótesis es correcta o no, hemos planteado una serie de objetivos para poder llevar a cabo nuestra investigación y así poder seguir una línea de trabajo que facilite nuestro camino:

Objetivo General

1. Investigar acerca del emprendimiento y del Emprendimiento Social.

Objetivos Específicos:

- 1.1. Revisar trabajos e investigaciones acerca del emprendimiento y el Emprendimiento Social.
- 1.2. Investigar el funcionamiento de los emprendimientos sociales.
- 1.3. Estudiar la legislación relativa al emprendimiento y el Emprendimiento Social.

Objetivo General:

2. Conocer la realidad del emprendimiento en Trabajo Social.

Objetivos Específicos:

- 2.1. Diseñar y cumplimentar cuestionarios relevantes en el ámbito del Emprendimiento Social.
- 2.2. Analizar los datos obtenidos de los cuestionarios.

3.2. Características de la metodología a seguir

Siguiendo con nuestra metodología de investigación hemos realizado un breve resumen de las características del método utilizado (Sarasola et al., 2010).

Durante la realización de esta investigación, todos hemos aportado ideas, propuestas e intenciones. Y nos hemos guiado por las siguientes pautas de participación:

- Realista: ha de estar vinculada con la realidad que se pretende transformar o investigar.
- Inductiva: se parte de lo concreto, del día a día, de la propia realidad.
- Flexible: siempre puede ser cambiada.
- Útil: tiene que tener práctica en la realidad.
- Crítica: analizar siempre la vigencia de lo que se plantea.

Si concretamos más, para nuestra investigación hemos utilizado las siguientes técnicas (Barrera, 2005, p. 180-181):

Técnica de recogida de datos:

- Observación.
- Encuestas.
- Documentación: Fuentes Bibliográficas.
 - Datos estadísticos.

Técnica de análisis e interpretación de datos:

- Categorización.
- Codificación.
- Tabulación.
- Cálculos estadísticos.

Técnicas de documentación:

- Técnica de recogida sistemática de datos e información.

Técnicas de Relación

- Entrevista.
- Técnicas de trabajo en grupo: Brainstorming

Base de Datos utilizadas:

- Abi inform.
- ISOC.
- Proquest.
- Google Academics.
- Google.

3.3. El método científico

Siguiendo con este apartado, vemos necesario incluir la definición del método científico para poder contextualizar nuestra investigación en emprendimiento.

3.3.1. ¿Qué es el método científico?

Para este apartado introductorio nos fundamentaremos en el trabajo de Barrera (2005) que, basándose en las investigaciones de diversos autores que tratan este tema, hace una relación de distintas acepciones y acercamientos sobre el método científico.

Por ejemplo, para Ander-Egg (1980) el método es un camino que recorreremos con una serie de herramientas y técnicas previamente diseñadas o determinadas que nos harán alcanzar una meta que anteriormente nos habremos marcado. Es decir, el método científico no es otra cosa que el reglamento o las normas que vamos a utilizar para realizar nuestra investigación.

Continuando con Ander-Egg (1980), el método científico tiene una serie de fases que tienen que realizarse ya que sin ello no tendría mucho sentido dicho método:

- 1) Formular un problema.
- 2) Proponer una deducción realista y que pueda ser contrastada acerca de esta problemática.
- 3) Obtener consecuencias.
- 4) Elegir nuestras técnicas e instrumentos para llevar a cabo la investigación.
- 5) Adquirir datos e información.
- 6) Analizar e interpretar de dicha información.
- 7) Validar los resultados obtenidos.

3.3.2. Características del método científico.

García y Melián (1993) describen al método científico de la siguiente forma:

1. Se basa en cuestionar la realidad y encontrar una solución a los problemas surgidos de esas conjeturas.
2. Es empírico, pues su forma de recopilar información y encontrar solución a los dilemas planteados es la experiencia.
3. Es inductivo, ya que la información obtenida se ordena y de ahí sacamos en claro qué tipo de sistematización existe.
4. Es crítico ya que continuamente se están revisando los logros conseguidos.
5. Es analítico-sintético, pues analiza el ámbito de estudio de tal forma que separa todos los elementos individualmente para luego obtener una visión holística del problema.

Para finalizar con este apartado, incluiremos la aportación de Ander-Egg (1980) que considera que el método científico:

1. Tiene una referencia empírica.

2. Debido a ese empirismo, da soluciones o respuestas a las cuestiones que se han investigado.
3. Se corrige a sí mismo para tener una progresión y mejora.
4. Pretende alcanzar unos resultados (una verdad) demostrable.

Barrera resume la aportación de Ander-Egg sobre el método científico de la siguiente forma: “es objetivo, autocorrectivo y progresivo, trasciende los hechos, tiene una verificación empírica, fáctico y se hacen unas formulaciones generales” (Barrera, 2005, p. 19).

3.4. Definición del término investigación

Después de analizar y describir el método científico, vemos necesario un acercamiento teórico acerca de qué es la investigación. Para empezar, incluiremos la definición que hace Ander-Egg (1980) acerca de lo que es la investigación: “La investigación es un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico, que permite descubrir nuevos hechos o datos, relaciones o leyes, en cualquier campo del conocimiento humano” (p. 21).

Ander-Egg lo define como algo global, que se puede utilizar en cualquier situación de la vida humana y que nos ayuda a la hora de descubrir sucesos que nos permiten mejorar en nuestro conocimiento del ser humano o de nuestro entorno.

La investigación recorrería este camino según el escritor argentino:

- En primer lugar, formar y definir el problema.
- Acto y seguido formular nuestra hipótesis.
- Recopilar, sistematizar y elaborar datos acerca de lo anteriormente formulado.
- Enunciar las deducciones y proposiciones generales.
- El último paso sería analizar las conclusiones para saber si se confirma la hipótesis formulada.

3.4.1. Características de la investigación.

Continuando con Ander-Egg creemos necesario incluir en nuestra metodología incluir cuáles son las características del término investigación (Ander-Egg, 1980):

1. Con la investigación podemos encontrar nuevos conocimientos que hacen que la

ciencia progrese.

2. La investigación utiliza el muestreo para poder realizar descubrimientos. Con el muestreo se pretende estudiar una parte o la totalidad de una población.
3. Se produce una exploración donde partiendo de un marco teórico se tiene que realizar una hipótesis, recoger datos, ordenarlos y analizarlos de la forma más exacta posible. Estos datos se tienen que recoger utilizando los instrumentos más apropiados para la investigación a realizar.
4. “La investigación es lógica y objetiva, empleando todas las pruebas posibles para el control crítico de los datos recogidos y los procedimientos empleados” (Ander-Egg, 1980, p. 23). Es decir, la investigación no se tiene que ver implicada por intereses externos que pueden modificar nuestros descubrimientos, sino que esos datos tienen que analizarse desde la total imparcialidad.
5. Una de las características de la investigación es que tenemos que ordenar los datos de forma cuantitativa.
6. Lo descubierto en la investigación tiene que venir recogido en “un informe, documento o estudio” (Ander-Egg 1980, p. 23). En estos documentos tenemos que indicar qué metodología hemos desarrollado, qué bibliografía hemos elegido y, por supuesto, los resultados obtenidos. Para finalizar tenemos que exponer nuestras conclusiones al respecto.

3.5. Paradigmas de investigación: cuantitativo y cualitativo

3.5.1. El paradigma positivista (cuantitativo).

Empezamos a analizar la diferencia de paradigmas con el paradigma positivista, al que también se llama hipotético deductivo, cuantitativo o empírico analista. Este paradigma nace en el siglo XIX y su objetivo principal fue estudiar los sucesos relevantes a las ciencias naturales, pero poco a poco fue siendo utilizado por las ciencias sociales.

Para el paradigma positivista solo existe una realidad, el mundo tiene una existencia propia independiente de la del investigador y manejado por una serie de leyes que permite interpretar y predecir los sucesos que en él acontecen (González, 2003).

Por lo tanto, el fin de las ciencias es descubrir cuáles son esas leyes que dirigen los acontecimientos y poder así tener un conocimiento holístico de la situación.

Si hablamos de sus características más destacadas podríamos puntualizar su naturaleza cuantitativa para asegurar exactitud y veracidad en la investigación. Al aplicarse en las ciencias sociales se busca que el conocimiento sea comprobable, comparable, medible y replicable. El conocimiento positivista busca la causa de los acontecimientos y eventos de la sociedad enunciando cuestiones a los fenómenos observados (Martínez, 2013).

Este paradigma tiene la problemática de que limita la investigación ya que se distancia de problemáticas existentes y reales (problemas en un contexto real) por lo que no da solución práctica a estas situaciones (González, 2003).

Siguiendo con González (2003), el positivismo, al estudiar el conocimiento en un contexto concreto, lleva a crear nuevas hipótesis relacionando variables donde se miden de forma cuantitativa y que conlleva refutar o confirmar dichas hipótesis en el proceso de investigación. Obviamente el investigador no puede tomar parte en ninguna de las hipótesis creadas, sino que tiene que investigar los fenómenos desde un prisma neutral.

El positivismo para alcanzar esa verdad empírica utiliza una muestra representativa de la población que se quiere estudiar. Estos sucesos siempre están condicionados por muchos factores y variables que no pueden ser apartados de la investigación. Los investigadores que utilicen el paradigma positivista tienen que extrapolar los resultados obtenidos de la muestra representativa estudiada al cómputo global de la sociedad.

Para terminar con el paradigma positivista, Pérez (2004) nos hace un breve resumen sobre en qué consiste dicho paradigma:

- El positivismo ansía encontrar un conocimiento que pueda ser comprobado y comparado con otros datos, y así pueda ser medido y replicado.
- Puede ser estudiados aquellos fenómenos que pueden ser observados, ya que son los únicos que pueden ser medidos y susceptibles de ser analizados.
- Quieren saber cuál es la causa de los fenómenos que acontecen en el mundo, ya que así realizan generalizaciones de los sucesos observados.

3.5.2. El paradigma interpretativo (cualitativo).

En la otra posición tenemos el paradigma interpretativo. El paradigma interpretativo no pretende (como el paradigma positivista) hacer una generalización a partir de un estudio realizado a una muestra de la población. El fin del paradigma interpretativo es alcanzar un mayor conocimiento comprendiendo el motivo de actuar de una persona estudiada, lográndose descifrando los significados de sus actos y comportamientos.

Empezaremos la definición del paradigma interpretativo con el artículo de González-Monteagudo (2001). Este autor considera que el paradigma interpretativo tiene cinco características principales:

1. La primera característica es que el paradigma interpretativo considera la realidad como algo múltiple y holístico, mientras que para el positivismo la realidad puede ser estudiada de manera fragmentada y no como un todo.
2. La interacción entre el investigador y el investigado es inseparable. Ambos son influenciados entre sí y su relación tiene que ser estrecha. El positivismo descarta por completo esta relación ya que puede contaminar el resultado de la investigación.
3. Aspiran a desarrollar un conjunto de conocimientos que puedan describir el objeto de estudio. El positivismo en su caso pretende enunciar sus leyes realizando generalizaciones universales.
4. El paradigma interpretativo supone siempre el nexo causal, es decir, que un resultado que se da en un momento concreto se haya podido dar por una serie de factores irrepetibles. Por lo que esa relación causa y efecto que se da en el positivismo no tiene validez.
5. La investigación tiene unos valores y está influenciada por: el investigador; el paradigma que se utiliza para realizar la investigación, la forma en que se recogen los datos y, por último, el contexto donde se realiza la investigación.

Lincoln y Guba (1985) nombran también algunas de las características del paradigma interpretativo:

1. El ámbito de estudio no puede ser comprendido si lo separas del contexto.
2. El ser humano es el instrumento de investigación principal y único, por lo que idear otro instrumento diferente al sujeto humano no es viable.
3. Una ayuda muy grande que recibirá el investigador es el conocimiento tácito, es

decir, aquel conocimiento que no se expresa o no se dice, pero se sobreentiende. Esta herramienta interpretativa ayudará al investigador a descifrar ciertos fenómenos que se presenten.

4. Analiza los datos desde un prisma inductivo ya que ofrece muchas más ventajas para la descripción de una realidad múltiple, además de representar de una forma mucho más holística los contextos estudiados.
5. Al tener una progresión fundamentada, los datos que salen a la luz se fundamentan de una forma más profunda con la teoría que se está realizando.
6. El propio investigador interpretativo habla con los sujetos humanos investigados contrastando con ellos los resultados obtenidos contando con su propia visión de los hechos.
7. No solamente recoge datos, sino que realizan un informe del contexto donde se ha realizado la investigación y sobre el papel que ha tenido el investigador en todo el proceso.

Para finalizar con el paradigma interpretativo, Vasilachis de Giraldivo (2006) agrupa una serie de definiciones sobre el paradigma, que mostramos a continuación:

- Mason (1996) expone que el paradigma interpretativo está fundado en una posición filosófica que se interesa en las formas en la que el mundo es comprendido y producido. Se basa a su vez en métodos que son susceptibles al contexto social que se produce, además de estar sostenida por métodos analíticos y explicativos que acogen la comprensión de la situación.
- Silverman (2005) mantiene que el punto fuerte del paradigma interpretativo recae en que puede utilizar datos “naturales” para explicar el cómo se han desarrollado los participantes de la investigación. Es decir, después de haber comprendido el fenómeno determinado (que se constituye localmente) podremos contestar el porqué ha sucedido.
- Marshall y Rossman (1999) aseguran que el paradigma interpretativo se basa en la experiencia de las personas. Por lo tanto supone que hay que sumergirse en la vida diaria del sujeto de estudio; además hay que valorar su punto de vista y perspectiva de los mismos. Por último, es un proceso interactivo entre el investigador e investigado ya que los comentarios y palabras de los investigados, al igual que su comportamiento, son esenciales para la investigación.

3.5.3. Paradigma interpretativo vs Paradigma positivista.

Para cerrar este apartado citaremos a Sarasola (2005, p. 190) y su comparación de los paradigmas. En este caso realizaremos una tabla para que se vislumbre de una forma mucho más sencilla.

Hemos querido sintetizar todas las características del paradigma interpretativo y el paradigma positivista para hacer una comparativa entre estas dos corrientes de investigación.

Tabla 2

Diferencia entre paradigma positivista y paradigma interpretativo

Paradigma positivista	Paradigma interpretativo
<ol style="list-style-type: none">1. Utiliza métodos cualitativos para la interpretación de los fenómenos.2. Quieren comprender la situación.3. Se basan en la observación sin que haya control.4. Es totalmente subjetivo.5. Se busca la perspectiva del usuario, desde dentro del fenómeno.6. Se basan en la realidad desde un proceso descriptivo e inductivo.7. Dan mucha importancia al proceso8. Los datos son válidos ya que son reales, ricos y profundos.9. Cada caso es único y asilado. No puede ser generalizado.10. Holístico.11. La realidad es dinámica.	<ol style="list-style-type: none">1. Utiliza la recopilación de datos y sus métodos cuantitativos.2. No le interesan la subjetividad de los individuos, quieren saber la casusa del hecho social3. La medición es controlada.4. Al creer en la recopilación de datos se basan en el objetivismo.5. Observan todo desde fuera del fenómeno.6. Basado siempre en la comprobación y confirmación de datos.7. Totalmente orientado al resultado.8. Al obtener datos, éstos son sólidos y repetibles.9. Los resultados son extrapolables.10. Particularista.11. La realidad es estable.

Fuente: Sarasola (2005).

3.6. Análisis de Datos

Para poder contar con evidencias sobre si se cumple la hipótesis formulada en la Tesis Doctoral, consideramos necesario contar con información cuantitativa (procedente de cuestionarios) que nos permitirá crear variables de tipo cualitativo y cuantitativo. En este sentido consideramos que:

- A. Las variables de naturaleza cualitativa o atributos son características o rasgos no cuantitativos de la población que se quiere estudiar. Por ello no se pueden realizar operaciones algebraicas con ellos. Podemos distinguir variables:
 - a) Nominales, cuando los valores no se pueden ordenar en función de la cantidad o nivel de la variable. Es decir, las cualidades no presentan ningún orden natural. Pueden ser dicotómicas (por ejemplo, ítems de verdadero-falso) o politómicas (cuando tienen más de dos categorías).
 - b) Ordinales, en el caso de que los valores de la variable no son numéricos, pero existe un orden entre ellos (por ejemplo, en el nivel económico podría ser bajo, medio, alto).
- B. Las variables de naturaleza cuantitativa o numérica, en las que sus valores se corresponden con cantidades y tiene sentido realizar operaciones algebraicas con ellas. Distinguimos entre variables:
 - a) Discretas, cuando toman valores enteros.
 - b) Continuas, cuando entre dos valores existen infinitos valores intermedios.

Asimismo, nos resultará interesante clasificar a las variables en función del papel que desempeñen en la investigación:

1. Independiente: es una variable que puede ser la causa de que otras variables cambien.
2. Dependiente: es la variable en la que observamos los cambios producidos por la variable independiente y es el principal objeto de la investigación. En nuestro caso será el emprendimiento.

En esta Tesis Doctoral vamos a realizar tanto un estudio de la asociación entre variables cualitativas como un análisis cuantitativo del emprendimiento.

3.6.1. Estudio de la asociación entre variables cualitativas.

Una vez recogidos los datos de los cuestionarios enviados a estudiantes y egresados, procederemos a realizar un tratamiento estadístico de los mismos (Pérez, 2008). Para ello utilizaremos tanto la hoja de cálculo Excel como el programa estadístico IBM SPSS Statistics 22.

Trabajaremos con datos o variables de tipo cualitativo, mediante las que un grupo de individuos se clasificará en dos o más categorías mutuamente excluyentes.

Y hemos considerado interesante estudiar si dichas variables de tipo cualitativo están o no asociadas. En el caso de que exista asociación o dependencia entre las mismas, también resulta interesante determinar la dirección de dicha asociación y la cuantificación del grado de la asociación detectada.

3.6.1.1. *Tablas de contingencia.*

Como queremos comparar dos o más grupos de sujetos con respecto a una variable categórica, los resultados serán presentados mediante tablas de contingencia, que son tablas de doble entrada en las que en cada casilla aparece el número de individuos o de casos que presentan un nivel de los factores o características estudiadas y otro nivel del otro factor analizado (Casas y Santos, 2002).

La tabla de contingencia se define por el número de variables o atributos que se analizan de manera conjunta y por el número de modalidades de los mismos. De este modo, esta tabla resume la información cuando es de carácter bidimensional, es decir, cuando se refiere a dos atributos o variables cualitativas (Verdoy et al., 2015).

De este modo, consideramos una población o muestra que está formada por N individuos y queremos analizar de manera simultánea la información relativa a dos factores o atributos (variables cualitativas). Denotamos por A_1, A_2, \dots, A_h a las modalidades del factor A, por B_1, B_2, \dots, B_k a las modalidades del factor B y n_{ij} al número de individuos que presentan simultáneamente las modalidades A_i y B_j . La tabla que describe este estudio es una tabla de doble entrada como la siguiente:

Tabla 3

Tabla de contingencia

A \ B	B_1	B_2	...	B_j	...	B_k	$n_{i.}$
A_1	n_{11}	n_{12}	...	n_{1j}	...	n_{1k}	$n_{1.}$
A_2	n_{21}	n_{22}	...	n_{2j}	...	n_{2k}	$n_{2.}$
\vdots	\vdots	\vdots	\vdots	\vdots	\vdots	\vdots	\vdots
A_i	n_{i1}	n_{i2}	...	n_{ij}	...	n_{ik}	$n_{i.}$
\vdots	\vdots	\vdots	\vdots	\vdots	\vdots	\vdots	\vdots
A_h	n_{h1}	n_{h2}	...	n_{hj}	...	n_{hk}	$n_{h.}$
$n_{.j}$	$n_{.1}$	$n_{.2}$...	$n_{.j}$...	$n_{.k}$	N

Fuente: Elaboración propia.

En esta tabla $n_{i.}$ y $n_{.j}$ son las frecuencias marginales que nos indican:

- $n_{i.}$ el número de veces que se repite la modalidad i-ésima del atributo A, con independencia de cuál sea la modalidad de B,
- $n_{.j}$ el número de veces que aparece la modalidad j-ésima de B, independientemente de cuál sea la modalidad de A.

Las distribuciones marginales de A y B vienen dadas por $(A_i; n_{i.})$ y $(B_j; n_{.j})$ respectivamente.

A partir de la tabla de contingencia podemos calcular distribuciones condicionadas. En ellas estableceremos, en primer lugar, una condición sobre una modalidad o modalidades de una de las variables cualitativas y, posteriormente, calcularemos la distribución de la otra variable cualitativa sujeta a esa condición.

3.6.1.2. Asociación o dependencia de variables cualitativas.

A partir de la tabla de contingencia podemos analizar si existe dependencia o independencia entre los niveles de las variables cualitativas que estudiamos (Kazmier, 2004). Si las variables son independientes esto conlleva que los valores de una de ellas no están influidos por la modalidad que tenga la otra. Diferenciamos este estudio en

función de las dimensiones de la tabla de contingencia.

a. Tabla de contingencia 2×2.

En este caso comparamos dos variables cualitativas que tienen dos atributos y cada uno de ellos tiene dos modalidades. La tabla de contingencia sería de la forma:

Tabla 4

Tabla de contingencia 2x2

A \ B	B₁	B₂	n_{i.}
A₁	n ₁₁	n ₁₂	n _{1.}
A₂	n ₂₁	n ₂₂	n _{2.}
n._j	n _{.1}	n _{.2}	N

Fuente: Elaboración propia.

Siendo:

- n_{11} : número de elementos de la distribución que presentan la modalidad A_1 en la variable A y la modalidad B_1 en la variable B.
- n_{12} : número de elementos de la distribución que presentan la modalidad A_1 en la variable A y la modalidad B_2 en la variable B.
- n_{21} : número de elementos de la distribución que presentan la modalidad A_2 en la variable A y la modalidad B_1 en la variable B.
- n_{22} : número de elementos de la distribución que presentan la modalidad A_2 en la variable A y la modalidad B_2 en la variable B.
- $n_{1.} = n_{11} + n_{12}$ número de elementos de la distribución con la i-ésima modalidad de la variable A.
- $n_{2.} = n_{21} + n_{22}$, $n_{.1} = n_{11} + n_{21}$ y $n_{.2} = n_{12} + n_{22}$

Una vez que tenemos la tabla de contingencia, se pretende evaluar si las variables de nuestro estudio están o no asociadas, es decir, si son o no estadísticamente independientes. Para conocer si existe asociación entre las variables comprobamos si se cumple el

siguiente teorema (Casas y Santos, 2002):

Teorema: Dadas las variables estadísticas A y B, se dice que A y B son independientes si y sólo si:

$$\frac{n_{ij}}{N} = \frac{n_{i.}}{N} \cdot \frac{n_{.j}}{N} \quad (\forall i = 1, 2, \dots, h \quad y \quad \forall j = 1, 2, \dots, k)$$

Es decir, la condición necesaria y suficiente para que dos atributos A y B sean independientes estadísticamente, es que la frecuencia relativa conjunta sea igual al producto de las frecuencias relativas marginales respectivas.

En el caso de la tabla de contingencia 2×2 podemos decir que A y B son independientes si y sólo si:

$$\begin{aligned} n_{11} &= \frac{n_{1.} \cdot n_{.1}}{N} & n_{12} &= \frac{n_{1.} \cdot n_{.2}}{N} \\ n_{21} &= \frac{n_{2.} \cdot n_{.1}}{N} & n_{22} &= \frac{n_{2.} \cdot n_{.2}}{N} \end{aligned}$$

A las expresiones $\frac{n_{i.} \cdot n_{.j}}{N}$ se les denomina frecuencias esperadas bajo el supuesto de independencia, o simplemente frecuencias esperadas.

Si realizados los cálculos los dos atributos son independientes se da por finalizado el análisis. Pero si se concluye que existe asociación estudiaremos la dirección de la misma, así como la intensidad de la asociación entre los atributos. De este modo consideraremos que existe asociación perfecta entre dos atributos, cuando al menos una de las modalidades de uno de los atributos queda determinada por una de las modalidades del otro.

Podemos distinguir entre la asociación positiva y la asociación negativa:

a) Asociación positiva, cuando se verifica que:

- La modalidad 1 del atributo A está asociada con la modalidad 1 del atributo B.
- La modalidad 2 del atributo A está asociada con la modalidad 2 del atributo B.

b) Asociación negativa, cuando se verifica que:

- La modalidad 1 del atributo A está asociada con la modalidad 2 del atributo B.
- La modalidad 2 del atributo A está asociada con la modalidad 1 del atributo B.

b. Tabla de contingencia $h \times k$

En este tipo de tablas trabajamos con variables cualitativas que no tienen por qué ser dicotómicas (dos posibles opciones de respuesta). Para ver si existe asociación o dependencia estadística entre los atributos comprobaremos si se cumple la condición de independencia estadística:

$$\frac{n_{ij}}{N} = \frac{n_{i.}}{N} \cdot \frac{n_{.j}}{N} \quad (\forall i = 1, 2, \dots, h \quad y \quad \forall j = 1, 2, \dots, k)$$

Si no se cumple diremos que existe asociación o dependencia estadística entre las variables analizadas.

Si de la expresión anterior despejamos la frecuencia absoluta conjunta y la denotamos por n'_{ij} tendremos que: $n'_{ij} = \frac{n_{i.} n_{.j}}{N}$

Es decir, los valores esperados se calculan mediante el producto de los totales marginales dividido por el número total de observaciones.

Este valor n'_{ij} es la frecuencia teórica que existiría si los dos atributos fuesen independientes. Si llamamos n_{ij} a la frecuencia absoluta conjunta observada, la diferencia al cuadrado entre estas dos frecuencias es un indicador del grado de asociación entre los dos atributos. Sobre esta base calcularemos posteriormente el cuadrado de contingencia o Chi-cuadrado de Pearson.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^h \sum_{j=1}^k \frac{(n'_{ij} - n_{ij})^2}{n'_{ij}}$$

$$0 < \chi^2 < +\infty$$

Este estadístico mide la diferencia entre el valor que debería tener la frecuencia si las dos variables fuesen independientes y el que se observa en la realidad. Cuanto mayor el valor del estadístico (y mayor sea esta diferencia), mayor es la relación entre las dos variables.

Como las diferencias entre los valores observados y esperados están elevadas al cuadrado el valor siempre es positivo. Así, este coeficiente tiene un campo de variación que oscila entre cero (cuando existe independencia y $n'_{ij} = n_{ij}$) y determinados valores positivos que dependerán de las magnitudes de las frecuencias absolutas que lo componen.

3.6.1.3. Contraste estadístico de la relación de dependencia en el caso de las variables cualitativas.

Una vez que resumimos la información proporcionada por los datos en una tabla de contingencia, nos planteamos como objetivo contrastar la hipótesis de independencia poblacional entre dos factores, basándonos en la información proporcionada por las frecuencias observadas que aparecen en la tabla de contingencia. Para estudiar las relaciones de dependencia que existen entre variables cualitativas utilizamos un contraste estadístico basado en el estadístico χ^2 (Chi-cuadrado), que nos permite afirmar con un nivel de confianza estadístico determinado si las modalidades de una variable cualitativa influyen en las modalidades de la otra variable nominal analizada (Navarro, 2015).

En el contraste de independencia Chi-cuadrado partimos de las siguientes hipótesis:

H_0 : Las variables son independientes

H_1 : Las variables no son independientes.

Es decir, la hipótesis nula a contrastar es la independencia entre las variables y la hipótesis alternativa es la de dependencia entre los factores.

El valor de la $\hat{\chi}^2$ calculado se compara con el valor tabulado de una χ^2 para un nivel de confianza determinado (normalmente para un nivel de confianza del 95%, 5% nivel de significación) y $(h-1)(k-1)$ grados de libertad. Si el valor que hemos calculado para el caso de estudio es mayor que el valor de las tablas de una $\chi^2_{(h-1)(k-1)}$, ello significará que las diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas (bajo el supuesto de independencia) son elevadas y podremos afirmar que existe dependencia entre los atributos analizados con un determinado nivel de confianza. Así, en el caso de que $\hat{\chi}^2 > \chi^2_{(h-1)(k-1)}$, existirá dependencia entre las variables y por ello rechazaremos la hipótesis nula.

Si por el contrario $\hat{\chi}^2 < \chi^2_{(h-1)(k-1)}$, las variables serán independientes y aceptaremos la hipótesis nula.

El nivel de significación muestra la probabilidad de rechazar la hipótesis nula aún siendo cierta, es decir, la probabilidad de equivocarnos si rechazamos la hipótesis nula. En el caso de que esta probabilidad sea pequeña ($<0,05$), consideramos que los atributos son dependientes y, por tanto, rechazamos la hipótesis nula. Si $p < 0,05$ el resultado es

significativo y esto significa que existe menos de un 5% de probabilidad de que la hipótesis nula sea cierta en la población estudiada.

Si el nivel de significación es superior a 0,05 ($p > 0,05$), el resultado no es significativo, es decir, la probabilidad de equivocarnos si consideramos que los factores son independientes sería muy alta por lo que en este caso aceptaríamos la hipótesis nula y por tanto la independencia de los factores. Si $p > 0,05$ significa que existe más de un 5% de probabilidad de que la hipótesis nula sea cierta en nuestra población y lo consideramos suficiente para aceptar.

El valor 0,05 es un valor establecido para un nivel de confianza del 95%.

En cuanto a los grados de libertad, en una tabla de contingencia de h filas y k columnas, los grados de libertad son igual al producto del número de filas menos 1 ($h-1$) por el número de columnas menos 1 ($k-1$). Para el caso de variables dicotómicas, es decir, variables con dos modalidades, los grados de libertad son igual a 1.

Entre los inconvenientes que presenta la χ^2 destacamos que está influenciada por el tamaño muestral: cuanto mayor es el número de casos analizados (mayor N), el valor de la χ^2 aumenta. Por ello, cuanto mayor sea la muestra, más fácil será que rechacemos la hipótesis nula de independencia cuando a lo mejor podrían ser independientes.

Dado que la eficiencia del test de la χ^2 depende del tamaño de la muestra (es necesario que el tamaño muestral sea grande) solo aplicaremos este contraste si:

- Las frecuencias absolutas esperadas son > 1 .
- Menos del 20% de las casillas tienen frecuencias absolutas esperadas < 5 .

Por otro lado, para que sea válido estadísticamente el contraste, en cada celda de la tabla deben existir como mínimo 5 observaciones.

3.6.1.4. Estadísticos de asociación.

En definitiva, el test Chi-cuadrado nos indica si hay o no relación entre las variables, pero no indica ni la relación ni la intensidad de dicha asociación. Para cubrir esta carencia calculamos diferentes estadísticos de asociación, en función de la tabla de contingencia con la que trabajamos.

En el caso de las Tablas de contingencia 2×2 como medida de asociación vamos a calcular el *Coeficiente Phi de Pearson*.

$$\phi = \sqrt{\frac{\chi^2}{N}}$$

Este coeficiente toma valores que oscilan entre: $-1 < \phi < 1$

- a) El valor 1 se obtiene cuando la dependencia es directa y perfecta.
- b) El valor -1 se obtiene cuando la dependencia es inversa y perfecta.
- c) El valor 0 se obtiene cuando hay independencia entre las variables.

En el caso de las Tablas $h \times k$ calculamos como medida de asociación el coeficiente de contingencia de Pearson y la V de Cramer.

El *Coeficiente de contingencia de Pearson* se define como:

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + N}}$$

El campo de variación de este coeficiente se sitúa entre 0 y 1, siendo su valor 0 cuando los atributos son independientes, es decir, cuando no existe asociación entre los mismos.

Cuando los atributos muestran una total asociación entre sí, este coeficiente se aproxima 1, aunque solo alcanza este valor en el caso en el que hubiera infinitas modalidades.

Su valor máximo es:

$$\text{Max}\{C\} = \sqrt{\frac{\text{Min}\{h-1, k-1\}}{1 + \text{Min}\{h-1, k-1\}}}$$

Este coeficiente toma valores en el intervalo:

$$0 < C < \sqrt{\frac{\text{Min}\{h-1, k-1\}}{1 + \text{Min}\{h-1, k-1\}}}$$

Asimismo, podemos definir el *Coeficiente V de Cramer* como:

$$V = \sqrt{\chi_{\text{exp}}^2 / n(p-1)}$$

$$V = \sqrt{\frac{\chi^2}{N(p-1)}}$$

siendo $p = \text{Min}\{\text{número de filas, número de columnas}\}$

Este coeficiente toma valores que oscilan entre: $0 < V < 1$

- a) El valor 0 indica independencia absoluta.

- b) El valor 1 indica dependencia perfecta.

3.6.2. Análisis cuantitativo.

Aunque la información que vamos a recabar para tener un mejor conocimiento del emprendimiento es de tipo cualitativo, podemos realizar una transformación de la principal cuestión relativa al emprendimiento en Trabajo Social que incluye el cuestionario de manera que se convierta en una variable cuantitativa. Ello nos permitirá poder calcular estadísticos descriptivos, tales como medidas de posición central (media aritmética, mediana y moda) y no central (cuantiles), medidas de dispersión absoluta (recorrido, varianza y desviación estándar) y relativa (coeficiente de variación de Pearson) y medidas de forma, tales como medidas de asimetría (coeficiente de asimetría de Fisher) y medidas de apuntamiento o curtosis (coeficiente de curtosis de Fisher).

Asimismo, la estadística inferencial nos permitirá contrastar hipótesis a partir de los datos de la muestra de manera que puedan generalizarse a la población. Se busca probar una hipótesis para encontrar diferencias entre grupos, para probar la relación entre las variables, realizar predicciones...

Cuando hablamos de hipótesis estamos haciendo referencia a un posible resultado que esperamos encontrar en la investigación y el contraste de hipótesis nos permite averiguar si la hipótesis debe aceptarse o rechazarse, teniendo en cuenta la probabilidad de que ocurra. Es decir, se rechazará la hipótesis cuando tenga poca probabilidad de que ocurra.

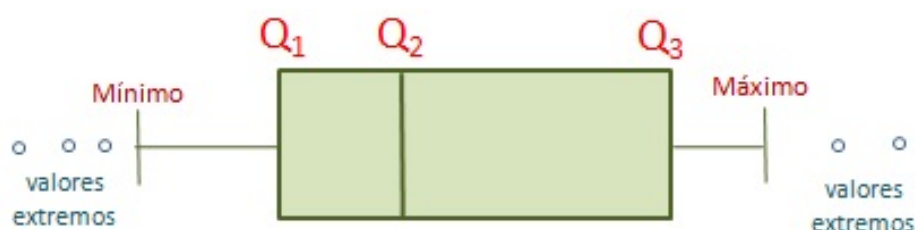
La hipótesis de investigación suele hacer referencia a correlaciones entre variables o a comparaciones entre diferentes grupos y debe ser formulada en términos estadísticos para poder ser contrastada. Las hipótesis estadísticas son siempre dos, hipótesis nula y alternativa, y son complementarias y mutuamente excluyentes. Se formulan de manera que el rechazo de la hipótesis nula suponga automáticamente confirmar la hipótesis alternativa. En el caso que nos ocupa, como la hipótesis que vamos a plantear trata de estudiar las diferencias entre los distintos grupos encuestados, serían formuladas de esta manera si, por ejemplo, queremos estudiar las diferencias en función del género:

- Hipótesis nula: No existen diferencias en el porcentaje en el que crees que emprenderás en el futuro entre hombres y mujeres.
- Hipótesis alternativa: Sí existen diferencias en el porcentaje en el que crees que emprenderás en el futuro entre hombres y mujeres.

Para decidir las pruebas estadísticas de diferencias entre grupos a llevar a cabo previamente debemos realizar pruebas de normalidad (García, 2014; MacInnes, 2017). En el caso de que las variables cumplan con los requisitos de normalidad se realizarán pruebas paramétricas y si no cumplieran dichos requisitos utilizaríamos pruebas no paramétricas (Berlanga y Rubio, 2012).

Asimismo, para ver los resultados gráficamente, utilizaremos el diagrama de cajas, una herramienta que nos permite observar cómo es la distribución al proporcionar información sobre la mediana, los cuartiles, la asimetría...

Gráfica 1. Diagrama de cajas.



Fuente: Universo fórmulas (2018).

El rectángulo o caja muestra el recorrido intercuartílico, al estar delimitado por el primer y el tercer cuartil. Dentro de la caja aparece una línea que nos indica la posición de la mediana o segundo cuartil (Q_2).

También aparecen dos brazos: uno de ellos va entre el mínimo y el primer cuartil y el otro brazo empieza en el tercer cuartil y termina en el máximo.

En ocasiones también pueden aparecer valores extremos o datos atípicos y para identificarlos se calculan los límites admisibles inferior y superior (LI y LS).

$$LI = Q_1 - 1.5(Q_3 - Q_1)$$

$$LS = Q_3 + 1.5(Q_3 - Q_1)$$

Todos los puntos que sean menores que LI ($x < LI$) o mayores que LS ($x > LS$) son valores extremos. Por otro lado, el mínimo es el menor valor del conjunto que sea mayor o igual que LI . El máximo es el mayor valor del conjunto que es menor o igual que LS .

Podemos decir que el diagrama de cajas aporta una visión rápida de la distribución, apreciándose una asimetría cuando Q_2 no está en el centro.

CAPÍTULO 4. CASO DE ESTUDIO: TRABAJO SOCIAL Y EMPRENDIMIENTO

4.1. Cuestiones previas

En este apartado se comentarán y analizarán los datos de nuestra investigación en Emprendimiento y Trabajo Social. Desde el comienzo de esta Tesis Doctoral nos pusimos como meta el descubrir cuáles eran o no, las motivaciones de los trabajadores sociales a la hora de emprender. También pensamos que no es lo mismo la mentalidad que se tiene cuando se es estudiante, que cuando se terminan los estudios en Trabajo Social y los egresados se enfrentan con la realidad que supone el mercado de trabajo. Por ello decidimos hacer dos tipos de encuestas: una destinada a ser respondida por estudiantes en Trabajo Social y otra para conocer la opinión de los egresados en Trabajo Social. Una vez obtenidos los resultados de ambas encuestas, podríamos comparar los resultados para poder saber así cuáles son las diferencias entre ambos grupos objeto de estudio. Se ha encuestado a un total de 297 personas, seleccionadas mediante un muestreo probabilístico por conglomerados, de las cuales 78 son estudiantes de Trabajo Social y Máster y 219 egresados en Trabajo Social.

En primer lugar, analizaremos las respuestas por separado y después las compararemos entre sí.

Cabe destacar que los 219 encuestados que son egresados en Trabajo Social provienen de tres plataformas distintas: Plataforma Andaluza por la defensa del Trabajo Social (27), Plataforma Estatal por la defensa del Trabajo Social (59) y Colegio Oficial de Trabajo Social de Sevilla (133). Por ello, cuando analicemos los datos de los egresados en solitario, se hará comparando estas tres plataformas ya que entre ellas hemos podido apreciar que existen diferencias.

Para la validación del cuestionario, consideramos relevante contar con la experiencia de docentes y profesionales que desarrollan su labor en el ámbito del Trabajo Social. Concretamente los cuestionarios fueron enviados a veinte docentes y profesionales con experiencia en Trabajo Social, de los cuales contestaron doce. Estos profesionales provienen de las siguientes universidades y entidades:

- Nacionales:
 - Universidad de Zaragoza
 - Universidad de Murcia
 - Universidad de Cádiz

- Universidad de Granada
- Universidad de Jaén
- Universidad de Huelva
- Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)
- Junta de Andalucía
- Internacionales:
 - Ministerio de Desarrollo Social de Argentina
 - Universidad Autónoma de Tamaulipas (México)
 - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina)

Las encuestas empezamos a elaborarlas en marzo de 2015, siendo validadas en junio de 2015. En julio de 2015 enviamos las encuestas para egresados y en septiembre comenzamos con las de los estudiantes. El plazo de recepción de las encuestas finalizó en marzo de 2016 y a partir de ahí nos centramos en su posterior análisis.

Debemos decir que entre los cuestionarios enviados a estudiantes y a egresados había ligeras diferencias, en función del colectivo al que se dirigían. En el caso de los estudiantes (Anexo I), el cuestionario está compuesto por 15 ítems. Todos son preguntas cerradas, en las que dábamos nosotros las respuestas a elegir. En la pregunta 6 dependiendo de la respuesta que diera el encuestado se tendría que responder a dos subpreguntas más.

A diferencia del cuestionario de estudiantes, el de los egresados (Anexo II) se compone de 14 ítems. Así, hemos omitido la pregunta “¿En qué ciudad está estudiando?”; además hemos añadido una subpregunta en la pregunta 6 (“¿Tiene empleo relevante a sus estudios en Trabajo Social?”) y la pregunta 6b (“Si ha contestado afirmativamente la pregunta anterior especifique el ámbito”).

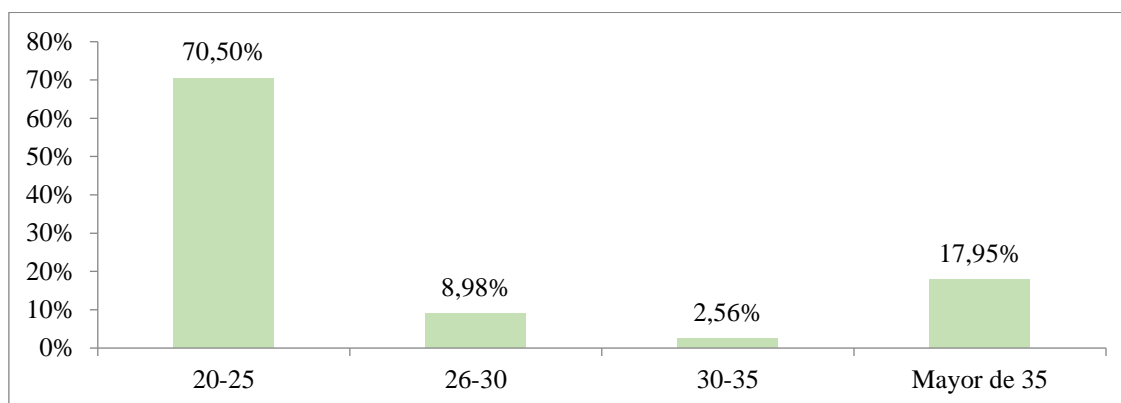
A continuación, vamos a realizar un estudio de las respuestas registradas en el cuestionario. Cuando ha sido posible hemos realizado un análisis entre cada variable y el total de la muestra, después hemos separado entre estudiantes y egresados, y finalmente hemos analizado las diferencias observadas entre los estudiantes y los tres colectivos de egresados.

4.2. Análisis cualitativo del emprendimiento.

1. Edad:

En el caso de la variable edad hemos utilizado categorías de edad distintas en el cuestionario de estudiantes y en el de egresados. Por ello realizamos un estudio por separado de esta cuestión.

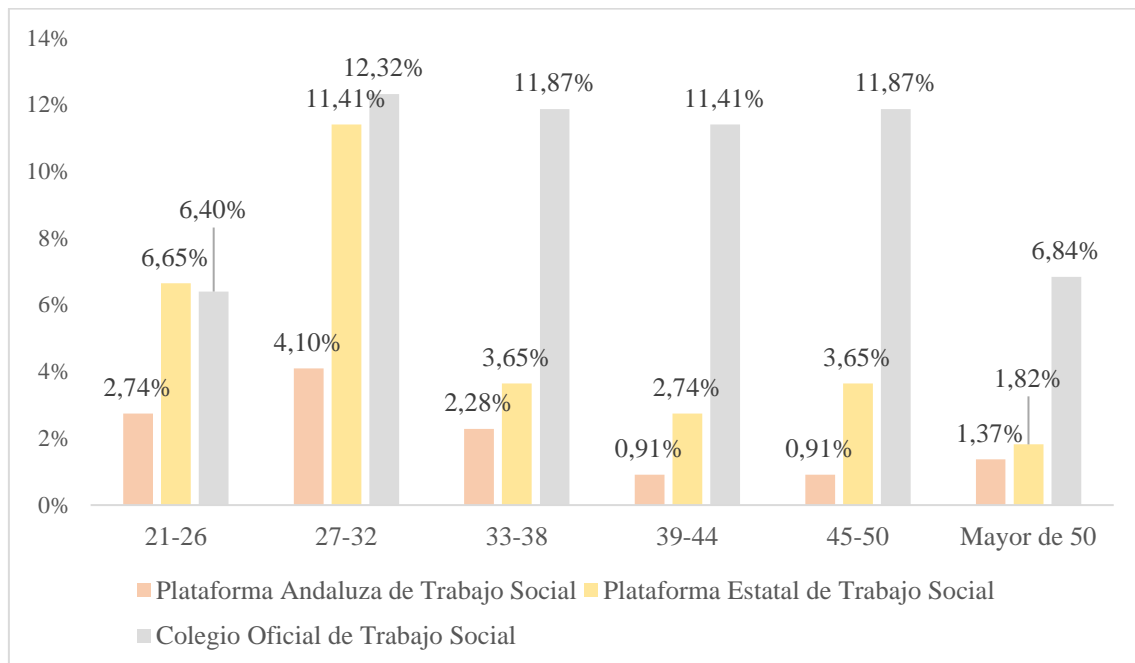
Gráfica 2. Análisis de la variable edad en Estudiantes de Trabajo Social.



Fuente: Elaboración propia.

Como era de esperar, aproximadamente el 71% de los estudiantes encuestados se sitúa en el rango de 20-25 años de edad. Cabe destacar que la segunda opción es la de mayor de 35 años, personas que con una estabilidad laboral (o buscando una formación universitaria que no tuvieron) cursan estudios universitarios. Por último, comentar que la opción “menor de 20 años” no obtuvo ninguna respuesta.

Gráfica 3. Análisis de la variable edad en Egresados en Trabajo Social.



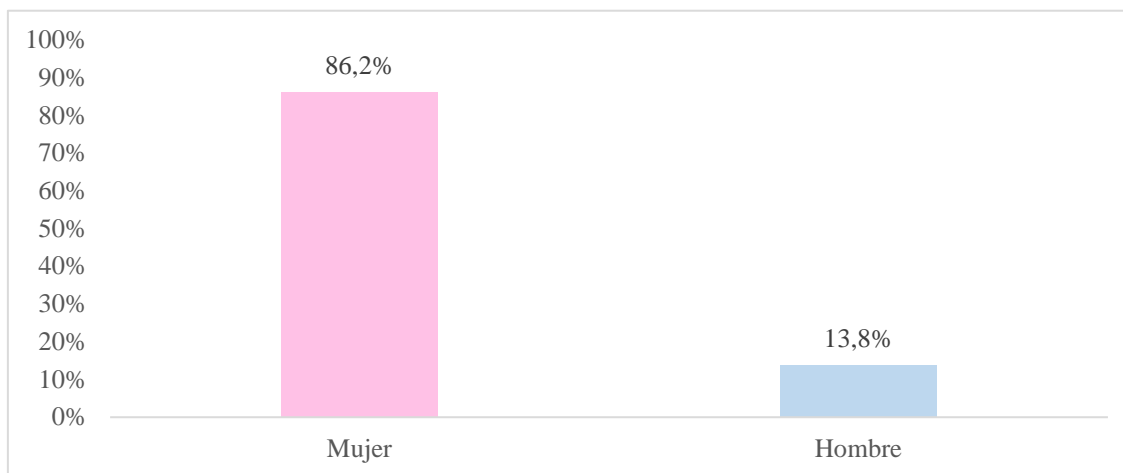
Fuente: Elaboración propia.

En este primer apartado lo que nos llama la atención es que la edad con más presencia en este cuestionario es “27-32”, es decir, personas jóvenes rondando los 30 años que hace relativamente poco tiempo que han terminado sus estudios universitarios en Trabajo Social. Las demás edades están muy parejas entre ellas, y solo cabe destacar que el ítem con menor porcentaje es “Mayor de 50” con un 10,03% entre las tres entidades de estudio.

2. Sexo:

En cuanto a la variable sexo, en la siguiente gráfica mostramos el total de encuestados, ya sean estudiantes o egresados. Podemos observar claramente la gran diferencia que existe entre el número de mujeres y el de hombres.

Gráfica 4. Análisis de la variable sexo del total de los encuestados.



Fuente: Elaboración propia.

Para realizar un análisis más exhaustivo de los datos obtenidos hemos trabajado con el paquete estadístico SPSS. En la siguiente tabla podemos comprobar el porcentaje tan elevado de mujeres que estudian y son egresadas en Trabajo Social.

Tabla 5

Tabla comparativa entre hombres y mujeres en función de si son estudiantes o egresados

	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Estudiantes	17,90%	82,10%	100%
Egresados	12,30%	87,70%	100%
Total	13,80%	86,20%	100%

Fuente: Elaboración propia.

Aun así, no es ninguna sorpresa ver este dato: el 82,1% del estudiantado en Trabajo Social es mujer. El Trabajo Social es una profesión feminizada, hecho que queda reflejado en los resultados de esta encuesta.

Si estudiamos la variable sexo distinguiendo entre estudiantes y egresados vemos que los resultados de ambos grupos encuestados son bastante similares y exponen el fuerte peso de las mujeres en esta profesión: ambos superan holgadamente el 80%, mientras que los hombres no llegan al 18%. Sí tenemos que añadir que se ve un ligero aumento de la cantidad de estudiantes hombres con respecto a los hombres egresados, lo que nos puede hacer pensar que en un futuro se incrementará la cantidad de hombres egresados.

También resulta interesante ver esta información desagregada en función del grupo encuestado.

Tabla 6

Sexo en función del grupo encuestado

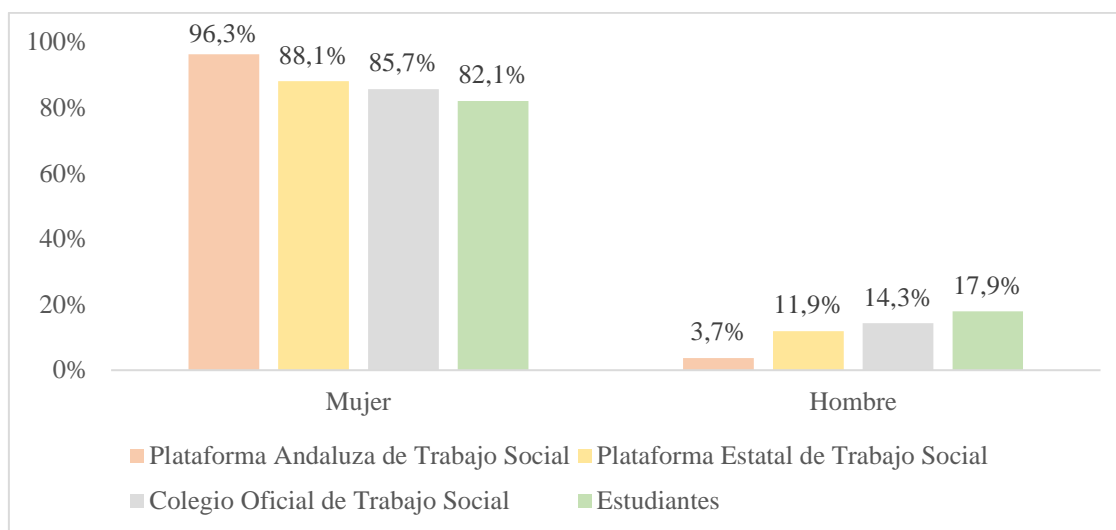
	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Estudiantes	4,7%	21,5%	26,3%
Colegio Oficial de Trabajo Social	6,4%	38,4%	44,8%
Plataforma Estatal de Trabajo Social	2,4%	17,5%	19,9%
Plataforma Andaluza de Trabajo Social	0,3%	8,8%	9,1%
Total	13,8%	86,2%	100%

Fuente: Elaboración propia.

Si queremos estudiar si existe dependencia o independencia entre los niveles de las variables cualitativas que estudiamos, tal y como se ha comentado en el apartado de Metodología, calcularemos diferentes estadísticos de asociación. En este caso, al ser una tabla 2×2 calculamos el coeficiente Phi de Pearson, cuyo valor es $\phi=0,072$ lo que nos indica que casi existe independencia entre las variables.

Consideramos asimismo interesante ver la desagregación entre los cuatro grupos encuestados que componen la muestra. Así, en la siguiente gráfica aparecen los datos desagregados de los tres colectivos de egresados y de los estudiantes.

Gráfica 5. Análisis de la variable sexo de Estudiantes y Egresados en Trabajo Social (desagregado).



Fuente: Elaboración propia.

Podemos ver que, aunque destacan las mujeres, es en la Plataforma Andaluza donde hay un mayor porcentaje de mujeres (96,3%). Destacar también que el 17,9% de los estudiantes son hombres, es decir, con respecto a los porcentajes de los egresados es el dato más abultado. Ese dato nos dice también que en el futuro habrá más trabajadores sociales hombres que en generaciones anteriores.

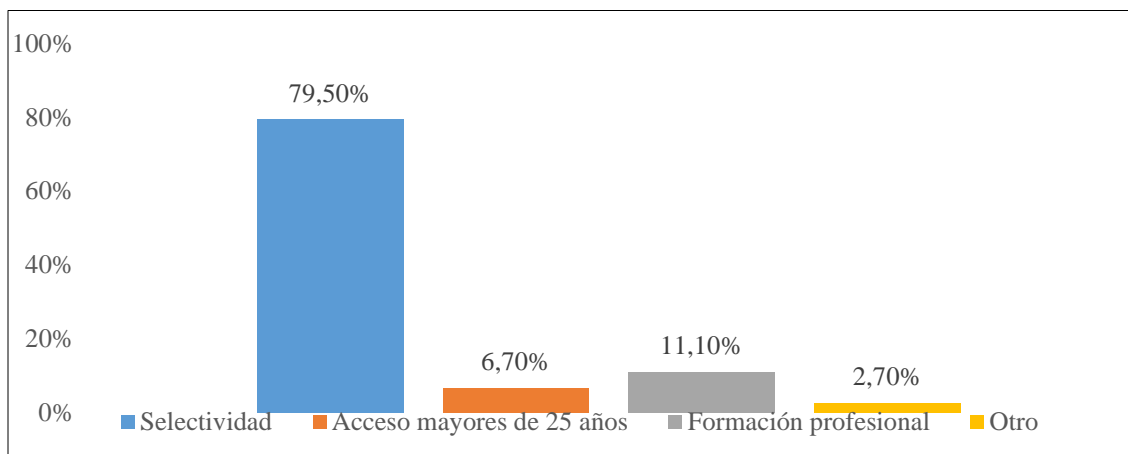
La asociación entre las variables podemos observarla al calcular la Chi-cuadrado de Pearson, que al tener un valor distinto de cero (3,653) nos indica que existe asociación entre las mismas. Como medida de la intensidad de dicha asociación podemos calcular el Coeficiente de contingencia (0,110) o el Coeficiente V de Cramer (0,111). Ambos nos muestran que la asociación entre las variables es muy baja.

3. ¿Cómo accedió a la universidad?

A continuación, analizamos la forma en la que los encuestados accedieron a la universidad al realizar los estudios de Trabajo Social. En primer lugar, vemos en la siguiente gráfica la información relativa al total de encuestados. Podemos comprobar que la selectividad es la opción más elegida, ya que cerca del 80% de los encuestados escogió selectividad como primera forma de acceso a la universidad. Un porcentaje muy pequeño

(2,70%) había cursado otra titulación antes de acceder a los estudios de Trabajo Social.

Gráfica 6. Análisis de la variable forma de acceso a la universidad del total de los encuestados.



Fuente: Elaboración propia.

Obviamente la aportación de cada uno de los grupos a estas cifras ha sido diferente, como podemos observar en la siguiente tabla.

Tabla 7

Acceso a la Universidad en función del grupo encuestado

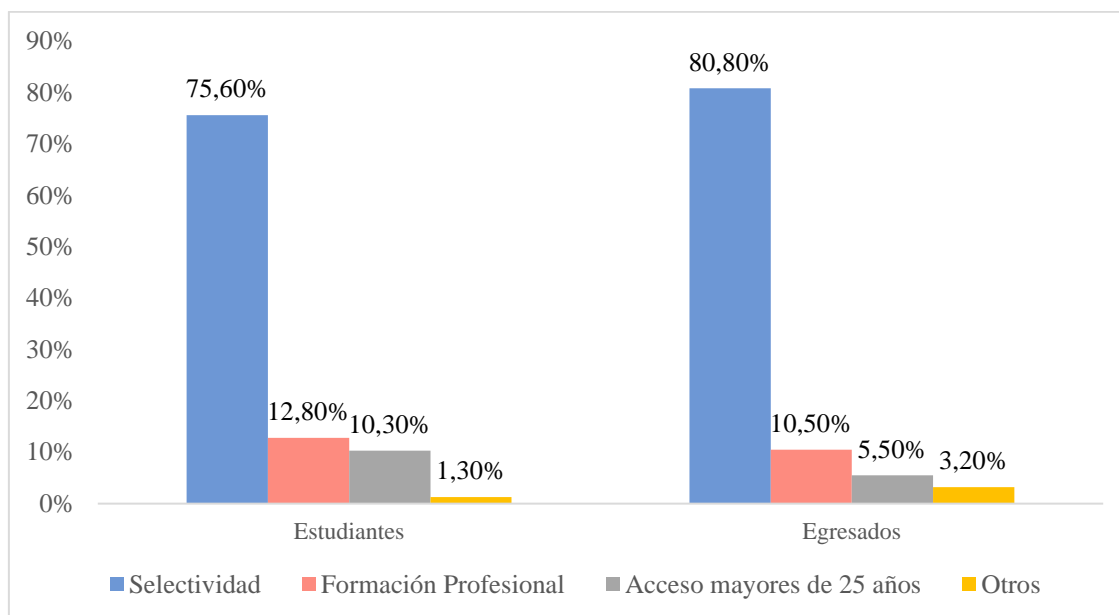
	Acceso a la universidad				Total
	Selectividad	Acceso mayores de 25 años	Formación Profesional	Otro	
Estudiantes	19,90%	2,70%	3,40%	0,30%	26,30%
Colegio Oficial de Trabajo Social	37,40%	1,70%	3,40%	2,40%	44,80%
Plataforma Estatal de Trabajo Social	15,20%	1,70%	3,00%		19,90%
Plataforma Andaluza de Trabajo Social	7,10%	0,70%	1,30%		9,10%
Total	79,50%	6,70%	11,10%	2,70%	100%

Fuente: Elaboración propia.

Si analizamos esta cuestión distinguiendo entre estudiantes y egresados (gráfica 7), observamos que las respuestas son muy parecidas. Nuevamente la forma de acceso preferente por parte de los dos sectores es selectividad, con un 80,80% en los egresados y un 75,60% en los estudiantes. Destaca también que la participación en la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años son los egresados quienes tienen una tasa más alta que los estudiantes, siendo en los primeros de un 10,30% mientras que para los estudiantes es de un 5,50%.

Por último, la formación profesional aumenta en los estudiantes (12,80%) con respecto a los egresados (10,50%), es decir, que actualmente es una opción que se contempla y crece para los estudiantes de hoy en día.

Gráfica 7. Análisis de la variable forma de acceso a la universidad de Estudiantes y Egresados en Trabajo Social.

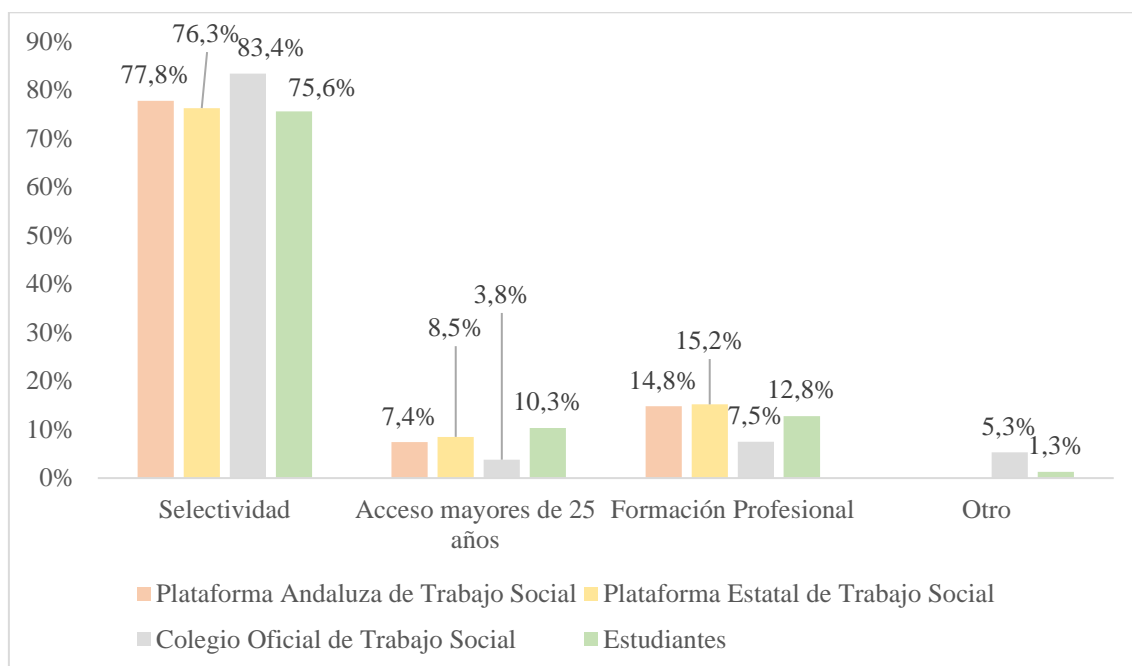


Fuente: Elaboración propia.

Con los datos obtenidos de SPSS al realizar el estudio de la asociación entre las variables hemos comprobado que existe una dependencia muy baja (prácticamente independencia) entre estas variables, siendo el valor obtenido en el Coeficiente V de Cramer de 0,104 y el coeficiente de contingencia de 0,103. Es decir, tanto estudiantes como egresados han accedido a la universidad de una forma muy parecida.

Si desagregamos la información entre los cuatro grupos encuestados, podemos observar en la gráfica siguiente que para todos los grupos la primera opción elegida es Selectividad (destacando el Colegio Oficial de Trabajo Social), seguida de la Formación Profesional y del acceso a mayores de 25 años (salvo en el caso del Colegio Oficial de Trabajo Social cuya tercera opción más elegida es Otros).

Gráfica 8. Análisis de la variable forma de acceso a la universidad de Estudiantes y Egresados en Trabajo Social (desagregado).



Fuente: Elaboración propia.

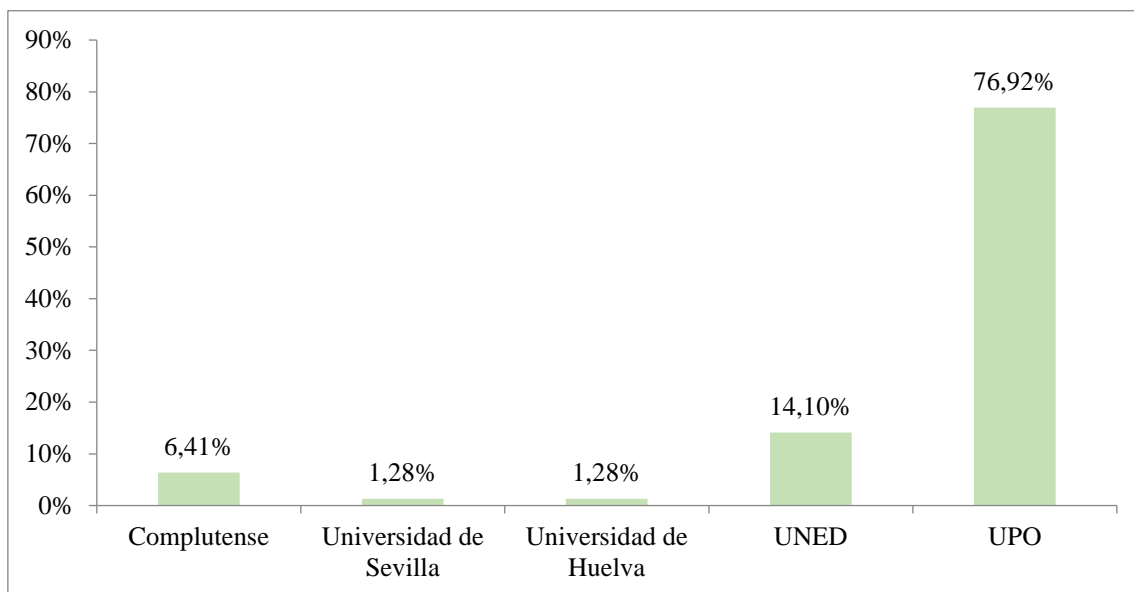
Si calculamos en este caso el Coeficiente V de Cramer pero esta vez con las cuatro variables, el resultado es de 0,121, mínimamente superior que la anterior por lo que la dependencia sigue siendo baja.

4. ¿En qué Universidad está cursando sus estudios de Trabajo Social?

Como cuarta cuestión recogida en el cuestionario de los estudiantes, nos pareció interesante conocer la Universidad en la que realizaban sus estudios. De todos los cuestionarios recibidos, es la Universidad Pablo de Olavide (UPO) la universidad que aporta un mayor número de estudiantes al presente estudio, con cerca de un 76,92%. La

segunda opción es la UNED con un 14,1%.

Gráfica 9. Análisis de la variable Universidad en la que estudian Trabajo Social.



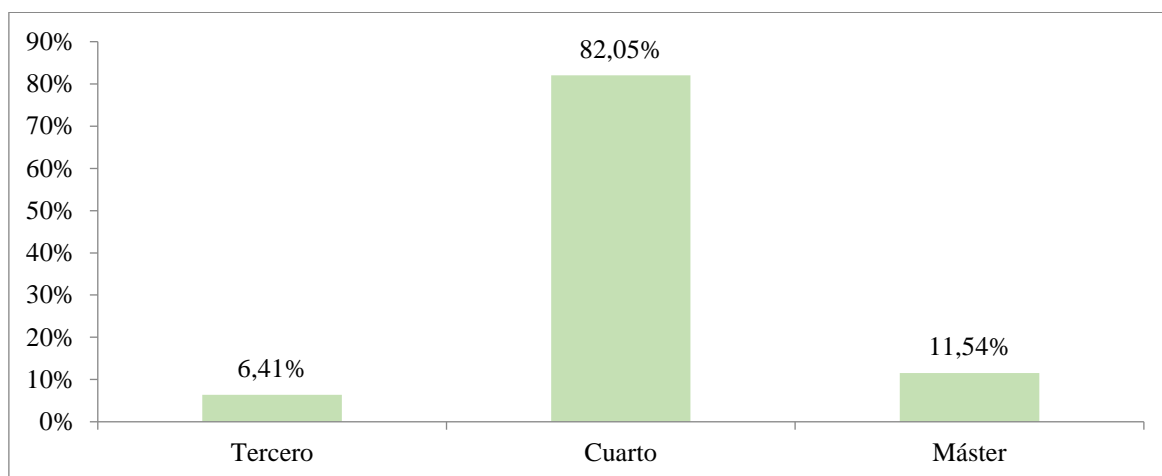
Fuente: Elaboración propia.

Hemos querido centrarnos en las respuestas que nos ha dado la UNED ya que hemos podido comprobar que el 90,09% de las personas que estudian en la UNED son personas con más de 35 años, y el 9,91% se sitúa entre 31-35 años. Cabe destacar también que el 72,7% de las personas que están estudiando por la UNED, han accedido a la universidad por la prueba de acceso de mayores de 25 años.

4b. ¿Curso actual?

En relación a la cuestión anterior, que solamente se formuló a estudiantes, también les preguntamos (para tener una mayor información de quiénes eran nuestros encuestados) en qué curso se encontraban. De la muestra analizada, podemos decir que el 89,46% está en la recta final de sus estudios en Trabajo Social.

Gráfica 10. Análisis de la variable curso actual en el que están los estudiantes en Trabajo Social.



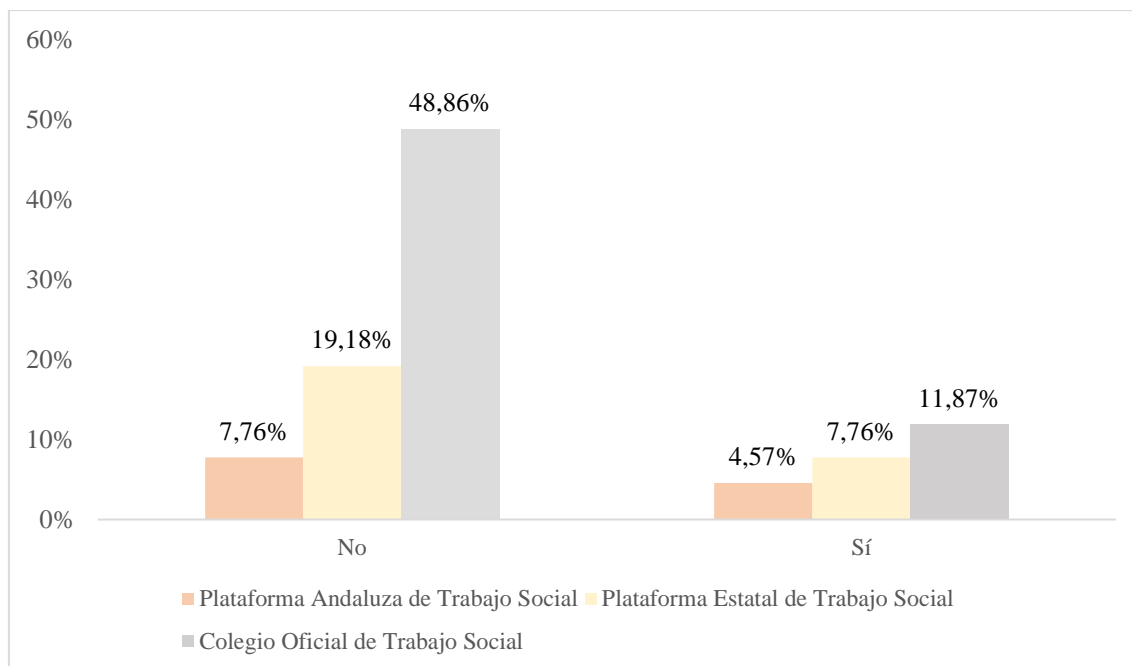
Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, cabe destacar que se ha encuestado también a 9 personas (11,54% del total) que son actualmente estudiantes de Máster.

4c. ¿Está estudiando actualmente?

Por otra parte, quisimos preguntar a los egresados solamente si actualmente seguían formándose o no, ya que creemos que es importante saber hasta qué punto los trabajadores sociales siguen formándose después de sus estudios.

Gráfica 11. Análisis de la variable formación continua de los egresados.



Fuente: Elaboración propia.

Solamente el 24,2% de los egresados encuestados está estudiando en el momento de realizar la encuesta, mientras que el 75,80% restante no está inserto en procesos de formación. Esta situación puede deberse al hecho de que una gran mayoría de los encuestados está trabajando; más adelante en el gráfico correspondiente a la empleabilidad corroboraremos esta hipótesis.

Otra razón que puede justificar estos datos es que terminaron sus estudios en Trabajo Social, y otros estudios complementarios en su caso, y en estos momentos se encuentran en un proceso de búsqueda de empleo.

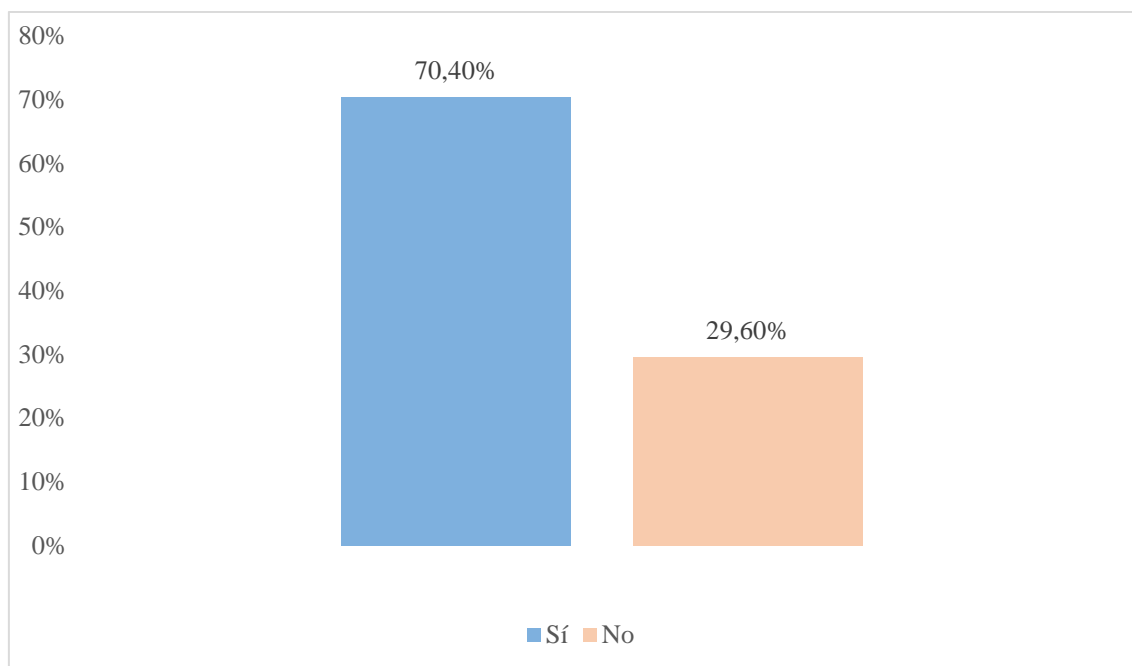
Hemos vuelto a estudiar la asociación entre las variables y para ello volvemos a calcular la Chi-Cuadrado de Pearson. Obtenemos un valor de 137,524 por lo que la asociación de las variables existe. Para completar esta información calculamos el Coeficiente de contingencia (0,563) y el Coeficiente V de Cramer (0,680), lo que nos indica que la asociación entre las variables es media.

5. ¿Eres voluntario actualmente o has sido voluntario alguna vez en materia relacionada con el Trabajo Social, Servicios Sociales o Política Social?

También consideramos interesante para nuestro estudio conocer si los encuestados habían participado en el pasado o en el presente en alguna acción relativa al voluntariado.

En la siguiente gráfica mostramos el total de personas encuestadas que han realizado voluntariado. En total, el 70,4% de los encuestados realizan o han realizado voluntariado alguna vez. Cifra que nos muestra la importancia del voluntariado en el ámbito del Trabajo Social.

Gráfica 12: Análisis de la variable de la realización o no de voluntariado.



Fuente: Elaboración propia.

Hemos querido también incluir la aportación de cada colectivo al total de las encuestas. Destacar que, como viene siendo y será tendencia en el resto del estudio, el Colegio Oficial de Trabajo Social es el que más aporta al total.

Y también comentar que en ningún caso, el no gana al sí.

Tabla 8

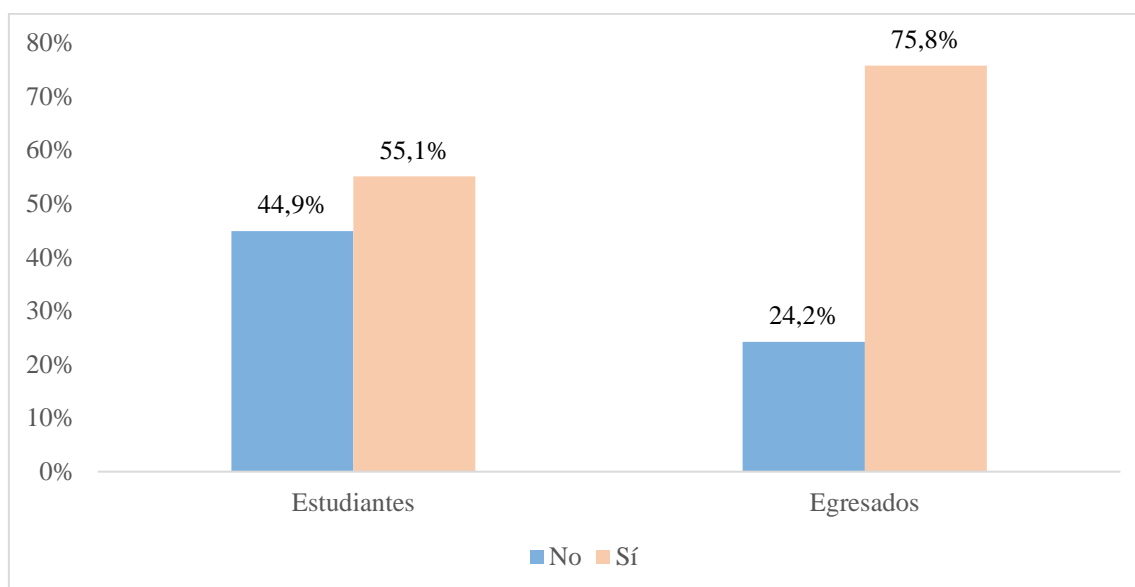
Análisis de la variable de la realización o no de Voluntariado desagregado por grupos

	Voluntariado		Total
	Sí	No	
Estudiantes	14,5%	11,8%	26,3%
Colegio Oficial de Trabajo Social	33,3%	11,4%	44,8%
Plataforma Estatal de Trabajo Social	14,5%	5,4%	19,9%
Plataforma Andaluza de Trabajo Social	8,1%	1,0%	9,1%
Total	70,4%	29,6%	100%

Fuente: Elaboración propia.

En la siguiente gráfica podemos ver la comparativa entre estudiantes y egresados.

Gráfica 13: Análisis de la variable de la realización o no de voluntariado en conjunto.



Fuente: Elaboración propia.

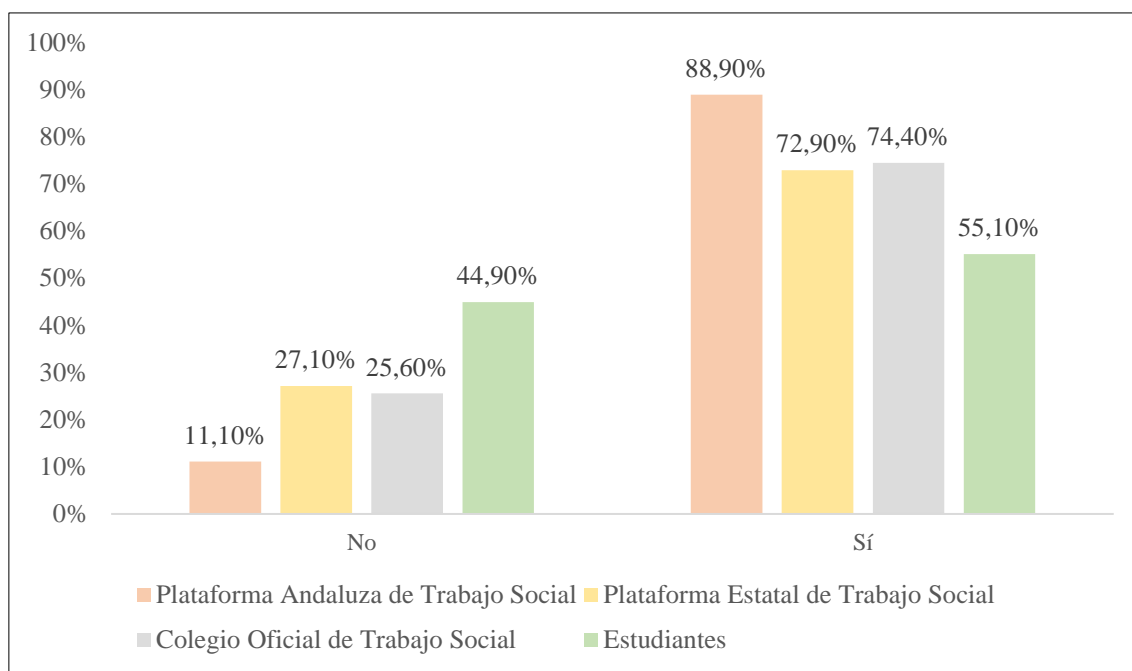
Podemos ver claramente que en el apartado de voluntariado, son los egresados quienes tienen una tasa mayor de participación en voluntariado con un poco más de tres cuartas partes del total (75,8%) mientras que los estudiantes alcanzan un 55,1%. Los motivos de la alta participación de los egresados pueden ser debidos, en primer lugar, a tener una trayectoria más larga que la de las estudiantes por lo cual han tenido más oportunidades para poder hacer un voluntariado. Pensamos que en el caso de los estudiantes ello es debido a tener menos tiempo por estar centrados en sus estudios, y por ello deciden no realizar tareas de voluntariado. Aun así, la tasa de los egresados es muy superior a la de estudiantes sin ser esta última una cifra baja: más de la mitad de los encuestados han sido o son voluntarios, un dato bastante positivo teniendo en cuenta la dificultad que tienen muchos estudiantes a la hora de compaginar universidad y vida personal.

El resultado de Chi-cuadrado nos ha dado 11,786 por lo que vemos que hay asociación entre las variables. Calculando el coeficiente Phi de Pearson, cuyo valor es $\phi=-0,199$, podemos decir que existe una asociación inversa entre las variables, aunque es muy baja.

Si desagregamos la información entre los cuatro grupos (Gráfica 14), en relación a la cuestión relativa a haber sido voluntario, en el pasado o en la actualidad, vemos con satisfacción que, salvo los estudiantes, todas las plataformas tienen un alto índice de participación en voluntariado. Esto es una muestra de lo presente que está el voluntariado en este ámbito del Trabajo Social. Además, en todas las plataformas en una amplia mayoría gana el Sí al No. Añadimos también la columna de estudiantes para que podamos observar mejor las diferencias entre los diferentes colectivos.

La prueba de Chi-cuadrado nos da un valor de 14,365 cifra que arroja que hay una cierta asociación entre las variables. Al calcular el Coeficiente V de Cramer (0,220) y el Coeficiente de contingencia (0,215), vemos la intensidad de esta asociación no es muy alta.

Gráfica 14. Análisis de la variable de la realización o no de voluntariado, desagregado.



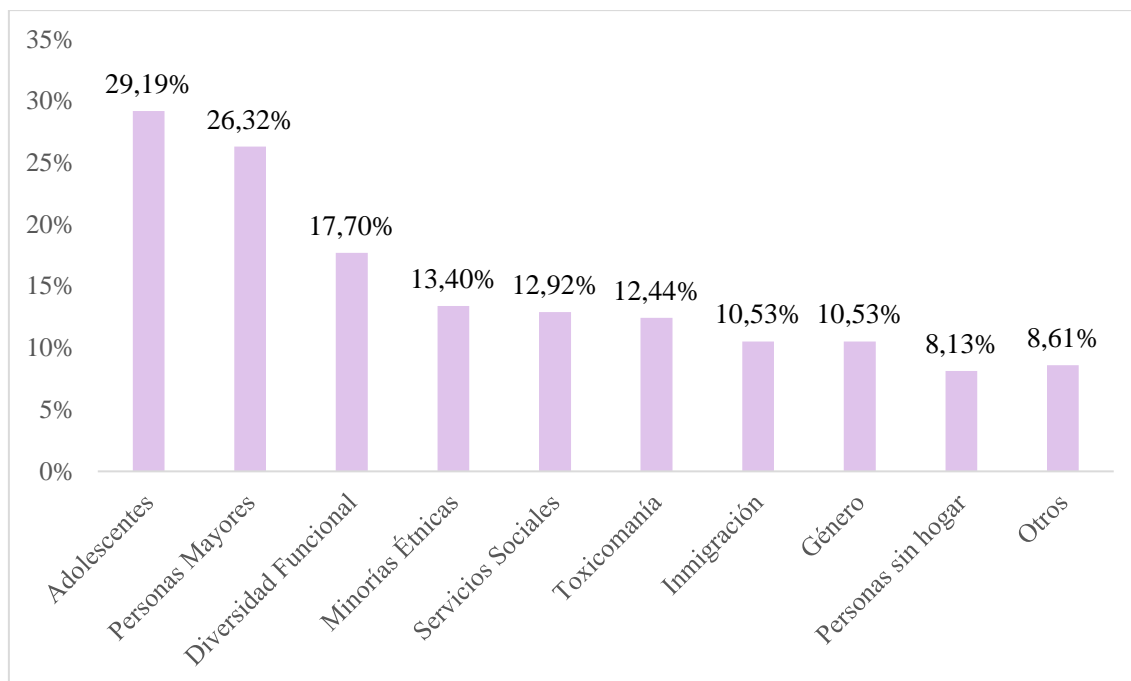
Fuente: Elaboración propia.

5b. Si ha contestado afirmativamente a la pregunta anterior, especifique el sector:

En el caso de que los encuestados hubiesen respondido afirmativamente a la pregunta relativa a su participación como voluntarios, les preguntábamos sobre el sector en el que habían desempeñado dichas labores. En total entre los estudiantes y egresados han sido 209 personas las que han contestado afirmativamente. Si sumamos todos los porcentajes nos dará una suma mayor a 100% ya que se dejó la opción de poder marcar más de un tipo de voluntariado por lo que, por ejemplo, una misma persona puede permanecer al colectivo que pertenece al 12,44% que han realizado un voluntariado en toxicomanía como pertenecer al 17,7% de personas que han participado en el voluntariado de diversidad funcional.

Observamos en la siguiente gráfica que la primera elección de todos los encuestados es el voluntariado con adolescentes (29,19%), seguido del colectivo de personas mayores (26,32%). En la opción Otros (8,61%) encontramos a aquellos que lo han realizado en otros ámbitos, destacando el voluntariado infantil, Cáritas o la Cruz Roja.

Gráfica 15. Análisis de la variable tipo de voluntariado.

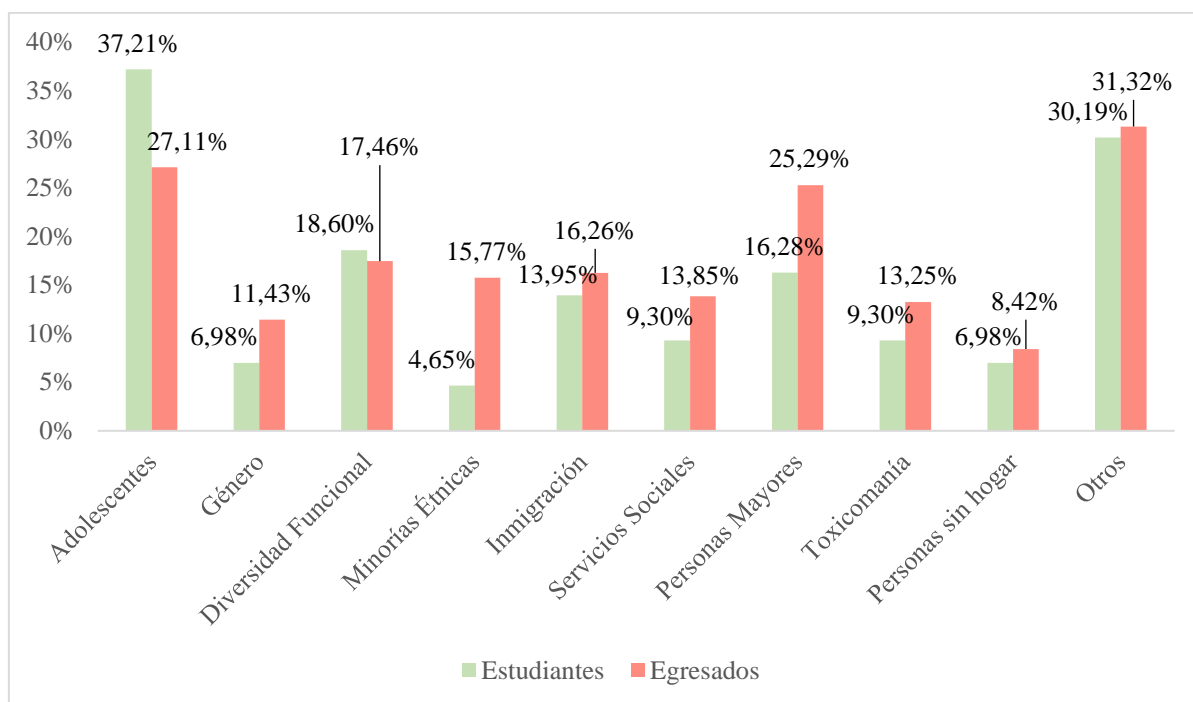


Fuente: Elaboración propia.

Como hemos comentado al principio de la pregunta, este apartado tiene una cuantificación distinta a las anteriores, ya que los encuestados eligen más de una respuesta, por lo que el porcentaje se referirá a si han participado alguna vez en ese tipo de voluntariado.

De esta pregunta destaca la diferencia de preferencias a la hora de elegir voluntariados entre los dos colectivos (Gráfica 16). Aunque en ambos casos en torno al 30% responden la opción Otros, mientras que los estudiantes se decantan por el voluntariado relacionado con adolescentes (con un 37,21%), los egresados prefieren a las personas mayores en un 25,29%. La segunda opción para los estudiantes es la diversidad funcional (con un 18,6%) mientras que para los egresados son los adolescentes, siendo el 27,11% de los encuestados los que alguna vez han hecho ese tipo de voluntariado. Destaca también que el colectivo de personas mayores es la cuarta preferencia para los estudiantes (con un 16,28%), siendo ésta la primera opción de los egresados.

Gráfica 16. Análisis de la variable tipo de voluntariado por parte de los egresados y estudiantes.



Fuente: Elaboración propia.

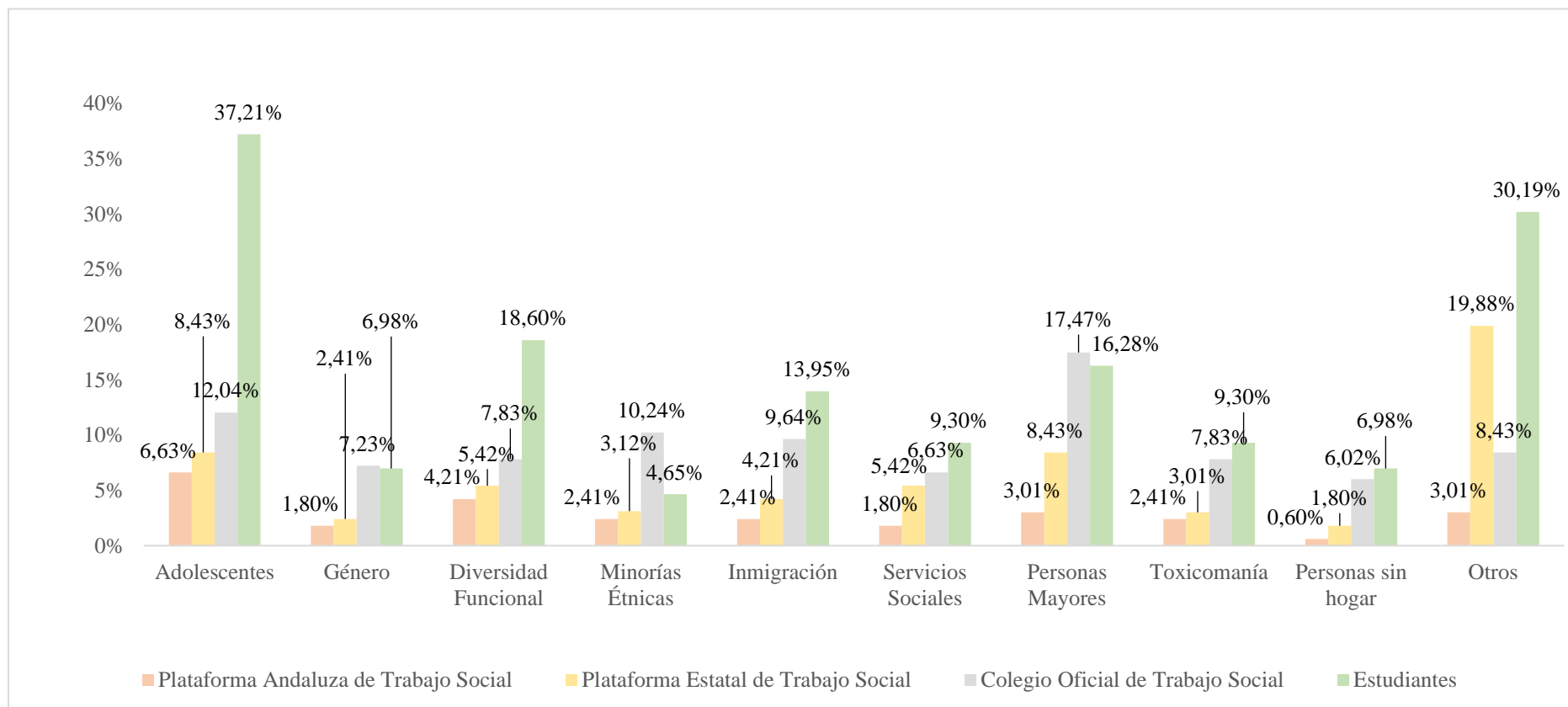
En esta cuestión comprobamos que los estudiantes prefieren un tipo de voluntariado más joven y cercano a su edad, y prueba de ello es que eligen el voluntariado con adolescentes. En segundo lugar, podemos decir que los estudiantes prefieren intervenir con personas con diversidad funcional. Seguido del sector de la diversidad funcional, el tercer sector más elegido es el sector de las personas mayores con un 16,28%, y en tercera lugar se posicionan con el voluntariado referente a la inmigración. Por último, comentar que un 30,19% de las personas que alguna vez han realizado voluntariado han participado en algún tipo de voluntariado que no hemos incluido en nuestro cuestionario (tales como voluntariado infantil) que no podríamos clasificarlo en alguna de los sectores que hemos comentado.

Si nos fijamos en el caso de los egresados, el mayor porcentaje (31,32%) también se sitúa en el apartado Otros. Le sigue en porcentaje el voluntariado de personas mayores, con un 25,29% de personas que alguna vez lo han realizado, el sector de adolescentes (27,11%) y el de la diversidad funcional (17,47%). Podemos decir que el sector de las personas mayores confirma con este dato su buena salud, al ser el sector más recurrente

a la hora de elegir voluntariado, un sector al alza.

Si analizamos la importancia del voluntariado, comparando la situación de los estudiantes con la de los egresados, diferenciando los tres grupos (Gráfica 17), podemos decir que para el Colegio Oficial de Trabajo Social de Sevilla, el sector más elegido es el de las personas mayores. En el caso de la Plataforma Andaluza de Trabajo Social (12,04%) y en los estudiantes (37,21%) es el ámbito de los adolescentes. Y en el caso de la Plataforma Estatal ambos sectores, mayores y adolescentes, se sitúan en primer lugar con el mismo porcentaje (8,43%).

Gráfica 17. Análisis de la variable tipo de voluntariado desagregado por plataforma y estudiantes.

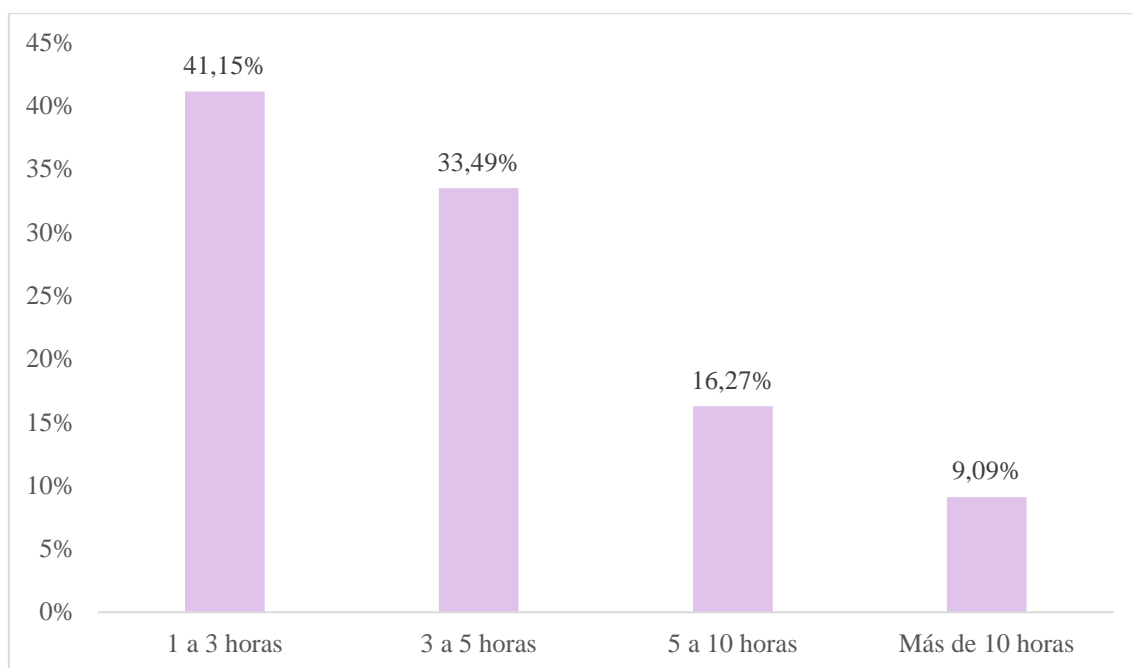


Fuente: Elaboración propia.

5c. Si ha contestado afirmativamente a la pregunta anterior, especifique las horas semanales que dedicaba:

En el caso de que hubiesen participado o participen en actividades incluidas en el voluntariado, nos interesaba conocer el número de horas que dedicaban a dicha actividad.

Gráfica 18. Análisis de la variable horas dedicadas al voluntariado.

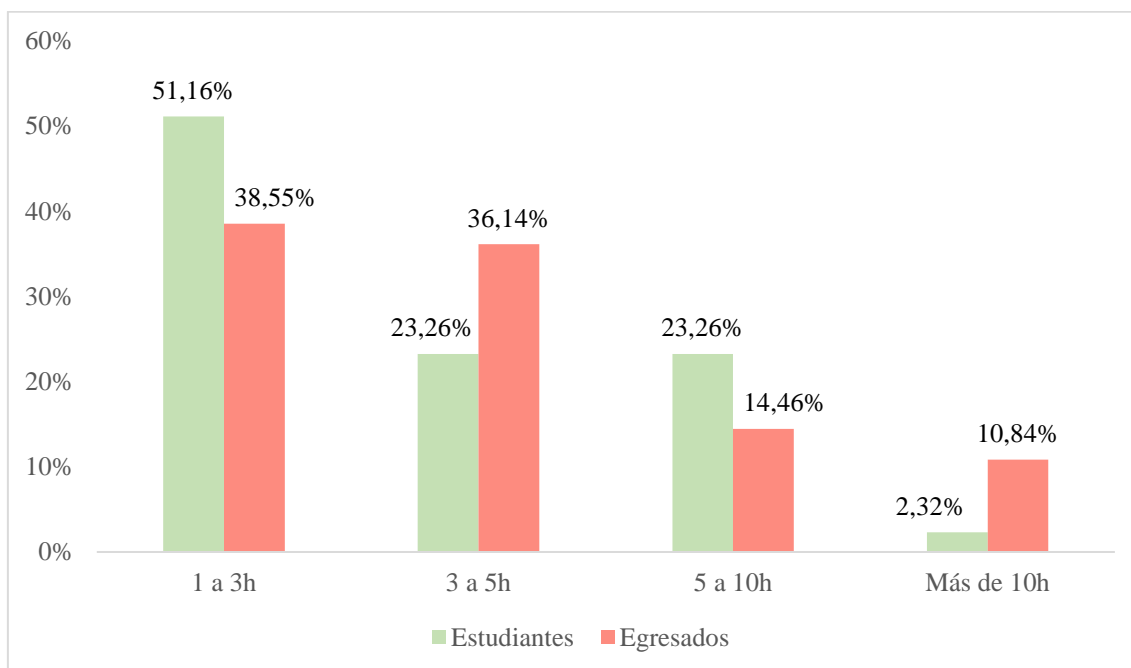


Fuente: Elaboración propia.

Si nos fijamos en la gráfica, vemos como hay una relación en que cuantas más horas de voluntariado se hacen a la semana, menor será el número de personas que la realizan. Como era de esperar, ya que ha sido la tendencia en las encuestas anteriores, el 41,15% de los encuestados realizan o han realizado voluntariado en torno a 1 y 3 horas semanales.

Si distinguimos entre estudiantes y egresados (Gráfica 19), observamos que la mayoría de los estudiantes dedican o dedicaban de 1 a 3 horas a la semana al voluntariado. Creemos que debido a la falta de tiempo que implica la actividad universitaria, se ven más imposibilitados a la hora de acudir o comprometerse con una entidad para ir más horas semanales que otras personas con más tiempo libre.

Gráfica 19. Análisis de la variable horas dedicadas al voluntariado total de los estudiantes y egresados.

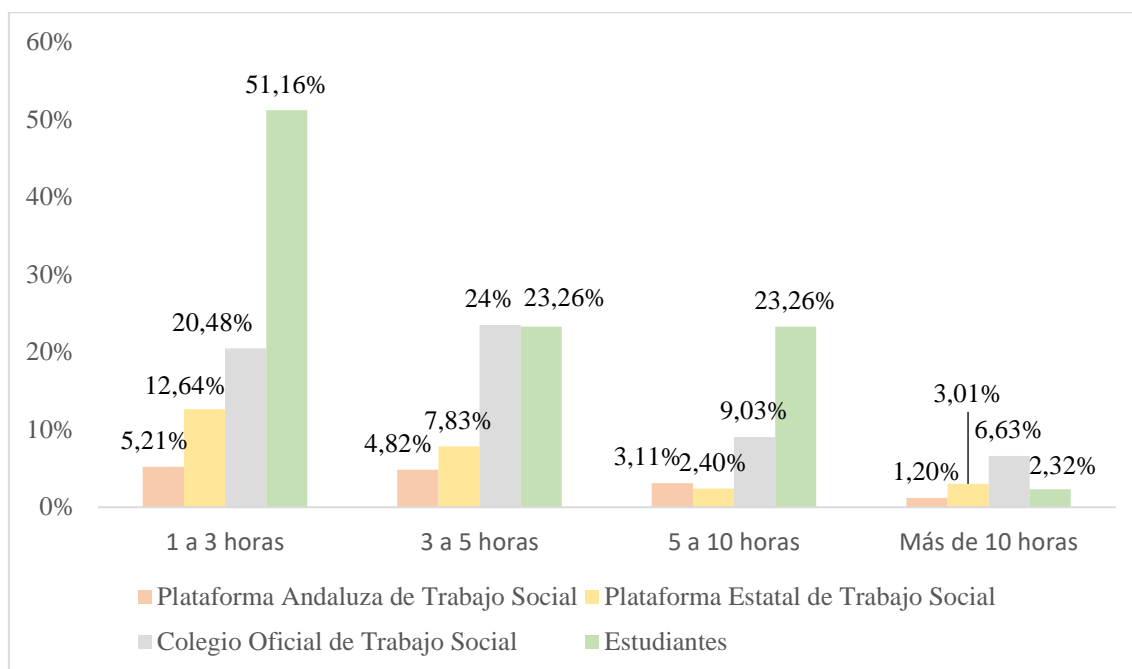


Fuente: Elaboración propia.

Como hemos comentado en los análisis anteriores, los estudiantes dedican menos horas al voluntariado que los egresados, ya que la primera opción elegida (aunque es compartida por ambas) es la de 1 a 3 horas, con la diferencia de que más de la mitad de los estudiantes han elegido esta opción, mientras que los egresados son el 38,55%. Solamente el 2,32% de los estudiantes dedica más de 10 horas semanales al voluntariado, mientras que, por la parte de los egresados, el 10,84% sí que las dedica.

En la Gráfica 20 vemos esta información con los datos de los egresados desagregados por plataformas.

Gráfica 20. Análisis de la variable horas dedicadas al voluntariado total de los estudiantes y egresados (desagregado).



Fuente: Elaboración propia.

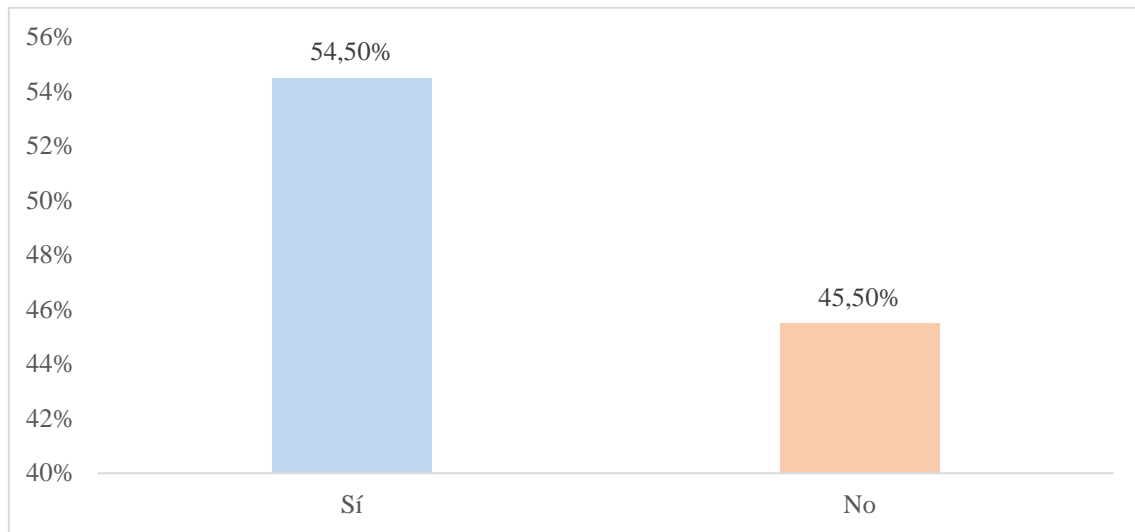
Si sumamos el total de egresados, vemos que un 38,33% dedica o ha dedicado de 1 a 3 horas semanales a voluntariado. Es una respuesta lógica, por la imposibilidad de dedicarle más horas debido al trabajo o los estudios. Asimismo, el 36,65% dedicaban un total de 3 a 5 horas semanales, a solo un 1,68% de la primera respuesta, lo que unido representa que un 74,98% dedican o han dedicado como mínimo una hora a la semana y como máximo 5 horas. Solamente el 14,54% de los encuestados dedicaban entre 5 a 10 horas al voluntariado y sólo un 10,84% más de diez horas.

6. ¿Tiene empleo relacionado con sus estudios en Trabajo Social?

Otra cuestión que suscitaba también nuestro interés era conocer si el empleo que tienen en la actualidad está relacionado con su formación en Trabajo Social.

Observamos en la siguiente gráfica que, en conjunto, más de la mitad de los encuestados tienen trabajo relacionado con sus estudios en Trabajo Social.

Gráfica 21. Análisis de la variable empleo relacionado con sus estudios en Trabajo Social.



Fuente: Elaboración propia.

Además, adjuntamos la tabla 9 en la que incluimos los distintos grupos encuestados y su porcentaje en el total de cada variable. Como era de esperar el colectivo de estudiantes es el que en mayor porcentaje no tiene trabajo. En el caso de la Plataforma Andaluza y la Estatal los porcentajes están más igualados. Claramente contestan afirmativamente a esta pregunta los pertenecientes al Colegio Oficial de Trabajo Social.

Tabla 9

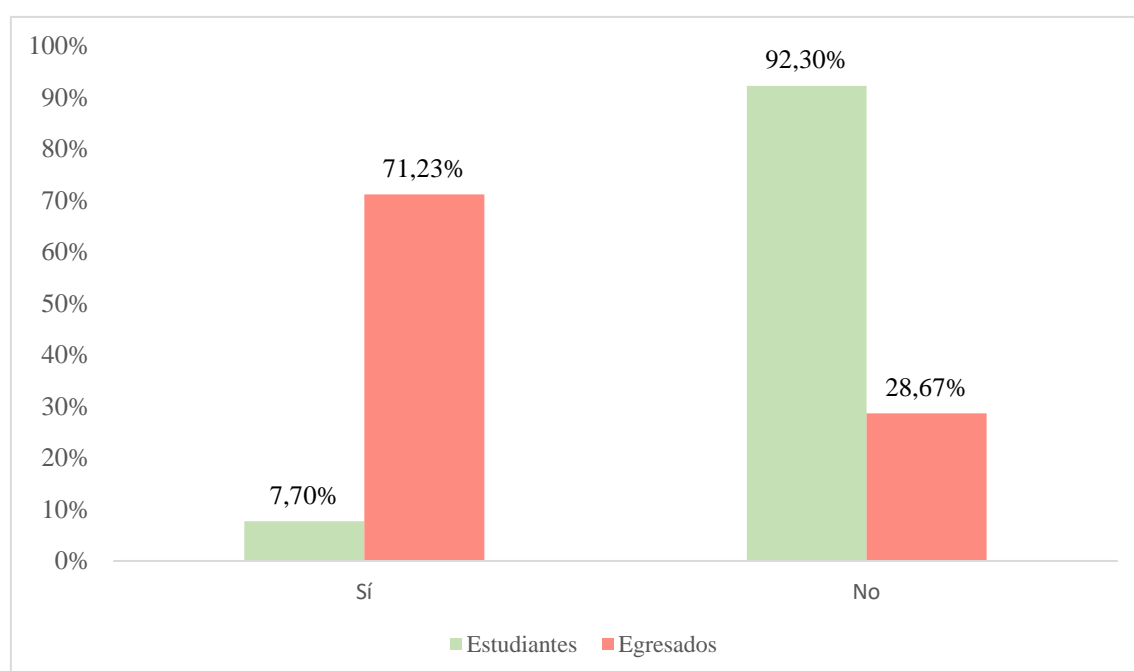
Empleo relacionado con Trabajo Social en función del grupo encuestado

	Empleo relacionado con Trabajo Social		Total
	Sí	No	
Estudiantes	2,0%	24,2%	26,3%
Colegio Oficial de Trabajo Social	37,7%	7,1%	44,8%
Plataforma Estatal de Trabajo Social	10,1%	9,8%	19,9%
Plataforma Andaluza de Trabajo Social	4,7%	4,4%	9,1%
Total	54,5%	45,5%	100%

Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica 22 vemos la lógica diferencia de empleabilidad entre un sector y otro: mientras que la tasa de empleabilidad de los estudiantes no llega al 7,7%, en los egresados se eleva hasta un 71,23%. Podemos decir que la diferencia que hemos podido comprobar entre porcentajes era algo que se podía esperar, ya que como era lógico pensar, los egresados tienen más opciones de trabajar en algún tipo de empleo relevante al Trabajo Social que los estudiantes que aún carecen de la titulación universitaria en este ámbito.

Gráfica 22. Análisis de la variable empleo relacionado con sus estudios de Trabajo Social distinguiendo entre estudiantes y egresados.



Fuente: Elaboración propia

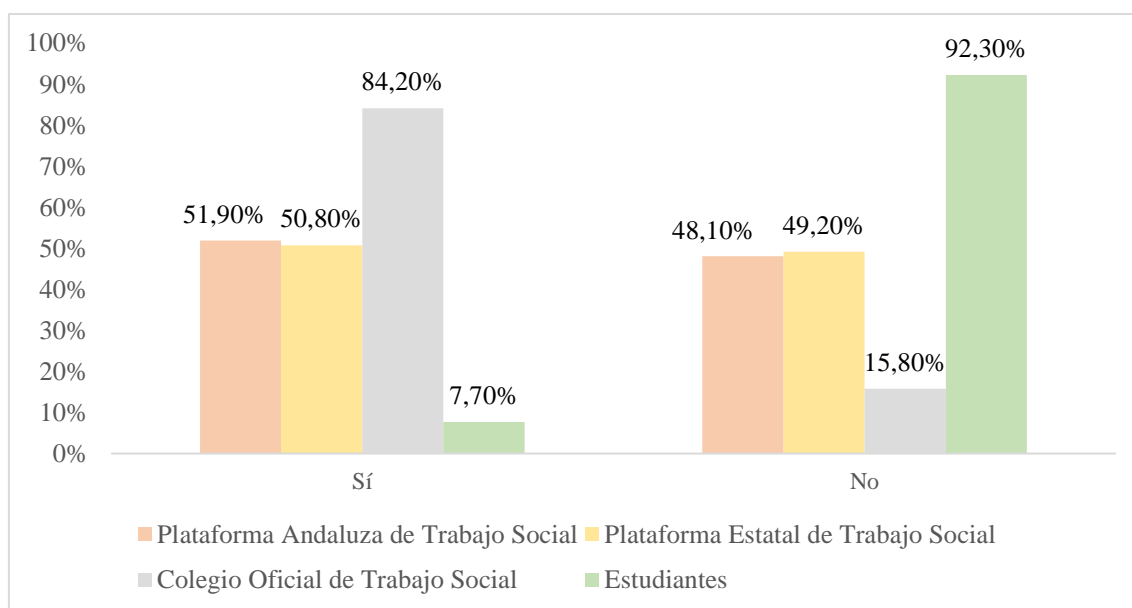
Para analizar la asociación entre las variables (Chi-cuadrado=93,659), utilizamos el Coeficiente Phi de Pearson y obtenemos $\phi=-0,562$, lo que nos indica que existe dependencia inversa entre las variables, siendo de intensa media entre si se es egresado y tiene empleo relevante al nivel de estudios.

A la pregunta relativa a si cuentan con un empleo que esté relacionado con el Trabajo Social, el 92,3% de los estudiantes contestaron negativamente. Entendemos que nadie podría estar trabajando de trabajador social puesto que no tiene la formación, pero sí que de una forma u otra podría estar contratados en alguna organización que trataran el tema social.

De la respuesta a esta pregunta podemos extraer conclusiones muy positivas: el 71,23% de los egresados tiene un empleo relacionado con el Trabajo Social, mientras que el 28,67% no está empleado o el trabajo que tiene no está relacionado con el Trabajo Social. Es un dato muy positivo, ya que destaca la alta tasa de empleabilidad de los egresados en Trabajo Social, aunque estas respuestas hay que de desgranarla para no crear confusión o falsas expectativas. Como hemos comentado, el 71,23% de los encuestados tiene empleo relacionado en Trabajo Social, y solamente un 28,67% o no tiene empleo, o lo tienen pero no está relacionado con el Trabajo Social. ¿Pero a qué se debe este gran porcentaje? Pues porque de los 133 encuestados del Colegio de Trabajo Social, un 84,2% (112) han respondido sí, lo que hace que en el cómputo global de las respuestas aporten un 50,68% de las respuestas totales y aumente de forma considerable el porcentaje de las personas que han respondido Sí.

Para terminar de analizar esta cuestión, vemos que aunque haya una alta empleabilidad con respecto al nivel de estudios, si lo desgregamos por grupos vemos que tanto en la Plataforma Andaluza como en la Plataforma Estatal los resultados son muy ambiguos, superando el Sí por muy poco la barrera del 50%.

Gráfica 23. Análisis de la variable empleo relacionado con sus estudios en Trabajo Social en función de estudiantes y egresados desagregado por grupos.

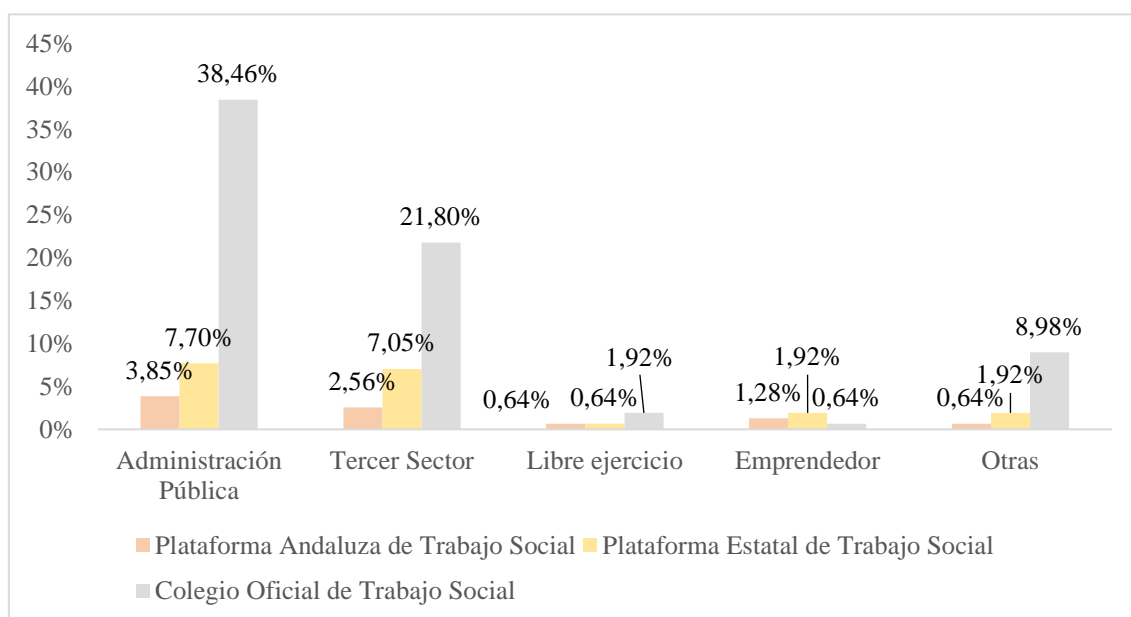


Fuente: Elaboración propia.

Para medir la asociación entre las variables ($\chi^2 = 116,673$), si calculamos el Coeficiente V de Cramer (0,627) o el Coeficiente de contingencia (0,531), ambos nos indican que la intensidad de la asociación es media.

Siguiendo con la pregunta anterior, analizaremos las respuestas que nos han dado los egresados acerca del ámbito de trabajo y desagregaremos por grupos.

Gráfica 24. Análisis de la variable ámbito de empleo.



Fuente: Elaboración propia.

De los egresados que han contestado afirmativamente que tenían trabajo, el 50,01% trabajan en la administración pública, mientras que el 31,41% pertenecen al tercer sector.

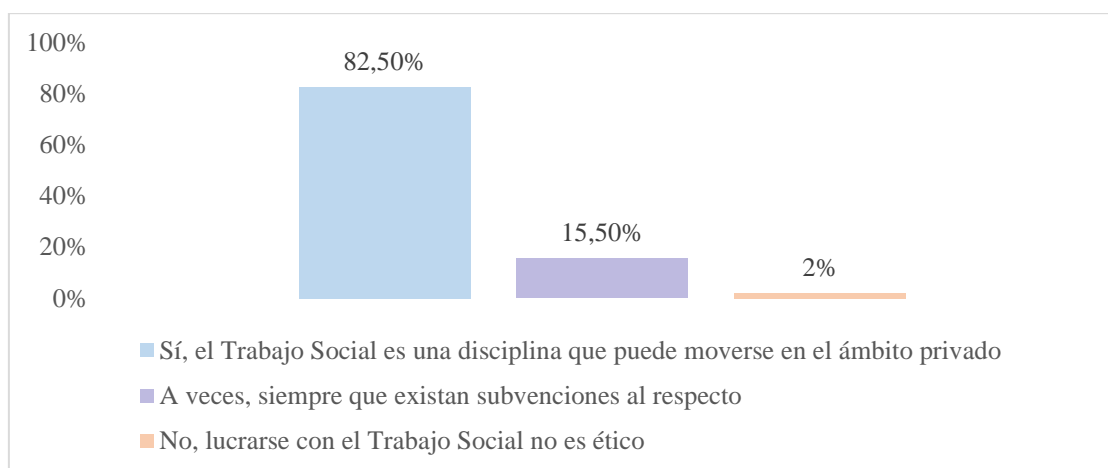
El 3,2% realizan el libre ejercicio de la profesión y un 3,84% son emprendedores, es decir, que el 81,42% trabajan por cuenta ajena y solamente el 7,04% trabajan de forma autónoma. Es un dato que nos hace ver la luz acerca del emprendimiento en Trabajo Social: solamente un ínfimo porcentaje de los egresados en Trabajo Social emprenden.

7. ¿Considera que crear iniciativas empresariales en Trabajo Social, es importante para el crecimiento de su profesión?

Para completar la visión que los encuestados tienen acerca del emprendimiento, planteamos esta cuestión. En primer lugar, incluimos el total de todos los encuestados y vemos como abrumadoramente, los profesionales y estudiantes del Trabajo Social ven muy importante que se creen iniciativas empresariales para el crecimiento de la profesión.

Solamente el 15,5% piensan que es importante siempre y cuando haya subvenciones que las puedan financiar o mantener. El 2% no lo creen importante.

Gráfica 25. Análisis de la variable crear iniciativas empresariales es importante para el crecimiento del Trabajo Social.



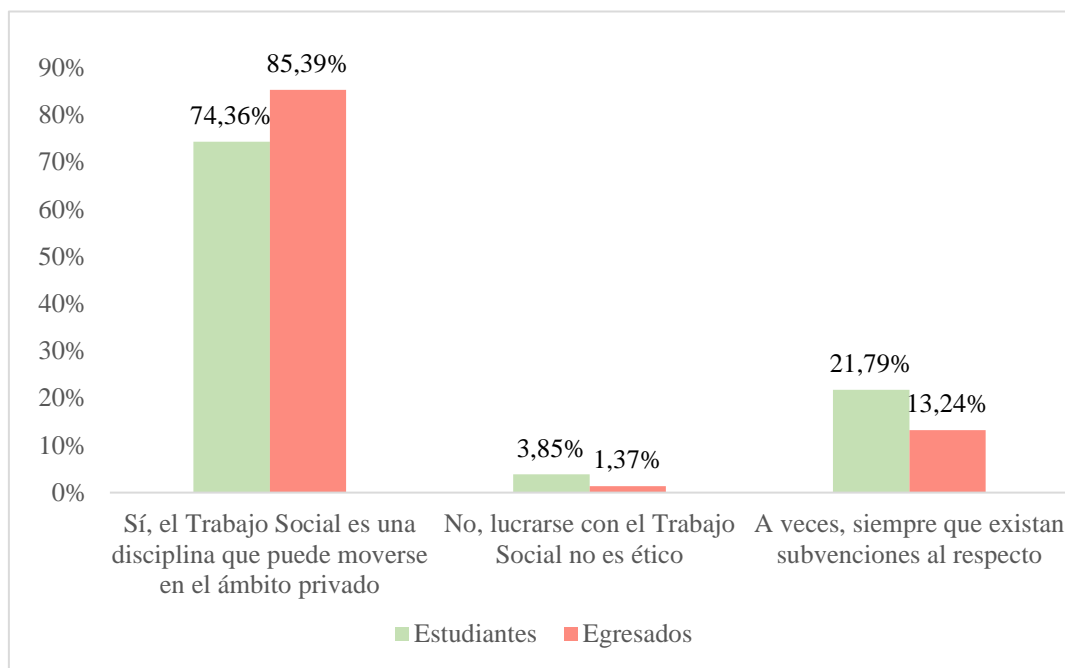
Fuente: Elaboración propia.

Si distinguimos entre la opinión de estudiantes y egresados (Gráfica 26), vemos que es muy positivo el dato de que el 74,36% de los estudiantes piensan que el Trabajo Social puede estar en el ámbito privado. Desde que formulamos nuestra hipótesis, pensamos que los profesionales y estudiantes del Trabajo Social tenían una visión negativa acerca del mundo empresarial y del emprendimiento. Con estos datos, en los que solamente el 3,85% de los entrevistados piensan que no se pueden tener empresas en Trabajo Social pues pueden lucrarse de ello, pensamos que es una respuesta muy positiva por parte de los estudiantes.

Por último, destacar que el 21,79% de los estudiantes piensan que se puede emprender

en Trabajo Social siempre y cuando se subvencione el proyecto y el usuario no tenga que pagar nada.

Gráfica 26. Análisis de la variable crear iniciativas empresariales es importante para el crecimiento del Trabajo Social (estudiantes y egresados).



Fuente: Elaboración propia.

Si analizamos los resultados obtenidos por los egresados, vemos que son muy parecidos a los comentados en el caso de los estudiantes en la respuesta afirmativa: categóricamente los Trabajadores Sociales piensan que las iniciativas privadas son buenas para el crecimiento de la profesión. Ligeramente inferior con respecto a los estudiantes es la opinión de los egresados cuando piensan que se debe emprender siempre y cuando haya subvenciones al respecto (13,24%).

Entre las variables analizadas podemos decir que casi existe independencia (Chi-cuadrado= 5,310, Coeficiente V de Cramer=0,134 y Coeficiente de contingencia=0,133).

Como vemos en la siguiente tabla, para todos los grupos el Trabajo Social es una disciplina que puede moverse en el ámbito privado (82,5%). Entre los encuestados, el 15,5% consideran que sería necesario contar con subvenciones y un 2% no ve con buenos ojos la creación de iniciativas empresariales en el campo del Trabajo Social.

Tabla 10

Importancia de crear iniciativas empresariales para el crecimiento del Trabajo Social en función del grupo encuestado

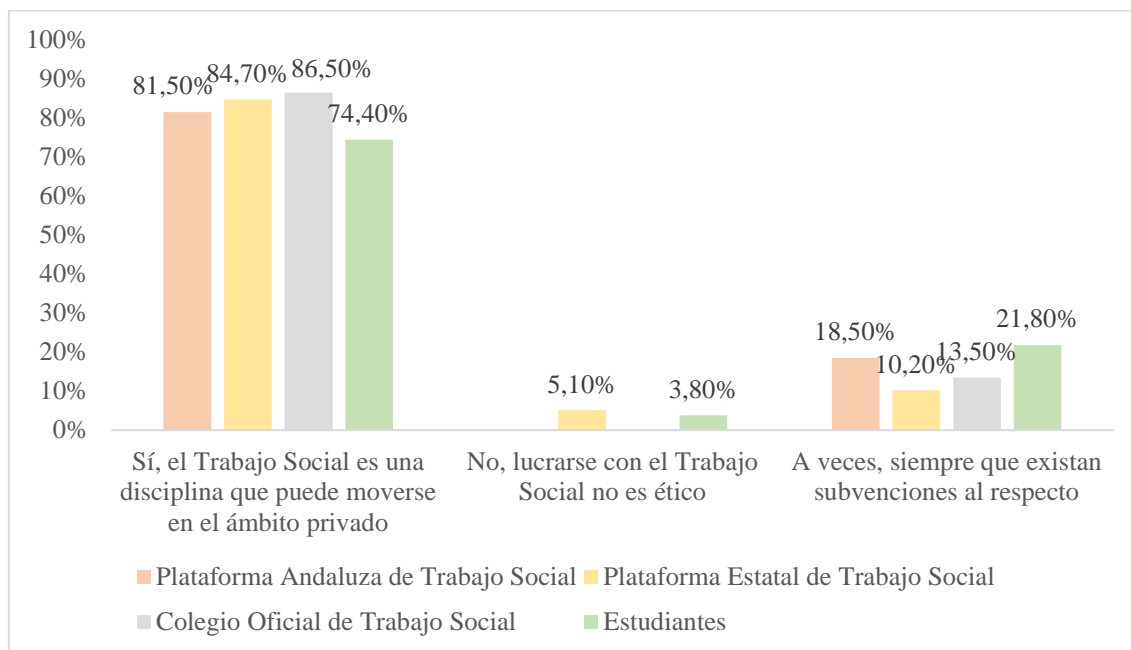
	Las iniciativas empresariales son importantes en Trabajo Social			Total
	Sí, el Trabajo Social es una disciplina que puede moverse en el ámbito privado	A veces, siempre que existan subvenciones al respecto	No, lucrarse con el Trabajo Social no es ético	
Estudiantes	19,5%	5,7%	1%	26,30%
Colegio Oficial de Trabajo Social	38,7%	6,1%		44,8%
Plataforma Estatal de Trabajo Social	16,8%	2%	1%	19,9%
Plataforma Andaluza de Trabajo Social	7,4%	1,7%		9,1%
Total	82,5%	15,5%	2,%	100%

Fuente: Elaboración propia.

Si tenemos en cuenta las respuestas de los egresados de manera desagregada (Gráfica 27), vemos muy buenas intenciones en cuanto a las iniciativas empresariales se refiere ya que las respuestas de las tres plataformas y los estudiantes a favor de la importancia de los movimientos privados superan en todos el 80%, salvo en el caso de los estudiantes que no llega a alcanzar el 75%.

Al realizar el estudio de la asociación entre las variables (Chi-cuadrado de Pearson=11,751), vemos que existe asociación, pero ésta es muy baja (V de Cramer= 0,141 y Coeficiente de contingencia=0,195).

Gráfica 27. Análisis de la variable crear iniciativas empresariales es importante para el crecimiento del Trabajo Social (estudiantes y egresados desagregados por grupos).



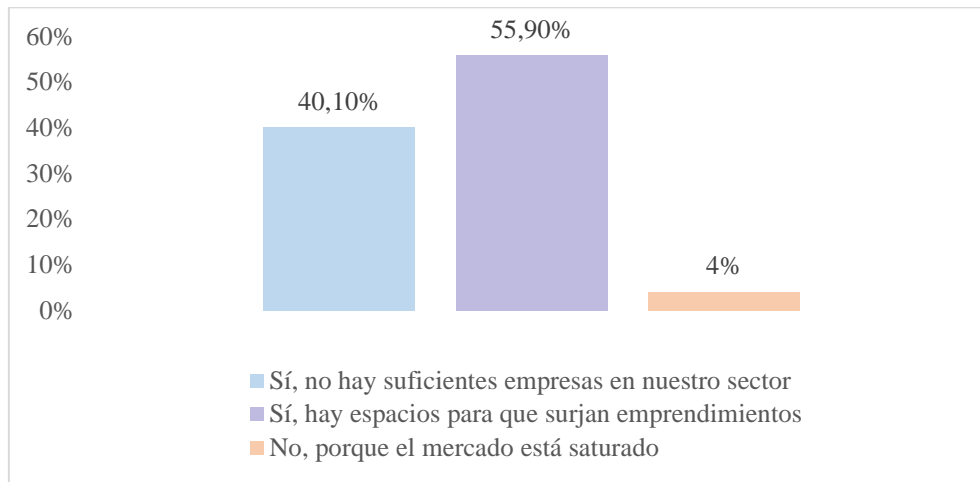
Fuente: Elaboración propia.

8. ¿Considera que el mercado laboral actual en Trabajo Social, necesita de emprendimientos sociales?

Como venimos haciendo en las preguntas anteriores, en primer lugar, analizamos el total de las respuestas obtenidas en esta pregunta. Observamos en la siguiente gráfica que el 55,90% de los encuestados piensan que hay espacios para emprender, es decir, que todavía hay suficiente mercado (o mercado no explorado) para que los trabajadores sociales puedan emprender.

El 40,1% (también lo consideramos un dato positivo) piensan que no hay suficientes iniciativas empresariales en Trabajo Social y que sería interesante emprender más. Ya, por último, solamente el 4% del total de los encuestados piensan que no hay espacios para poder emprender y que el mercado está saturado.

Gráfica 28. Análisis de la variable sobre el mercado laboral actual en Trabajo Social (total encuestados).



Fuente: Elaboración propia.

Para ampliar la información obtenida en la gráfica anterior, en la Tabla 11 incluimos la diferenciación por grupos y podemos ver que todos los grupos piensan que hay espacios para que surjan emprendimientos.

Tabla 11

Mercado laboral actual en Trabajo Social en función del grupo encuestado

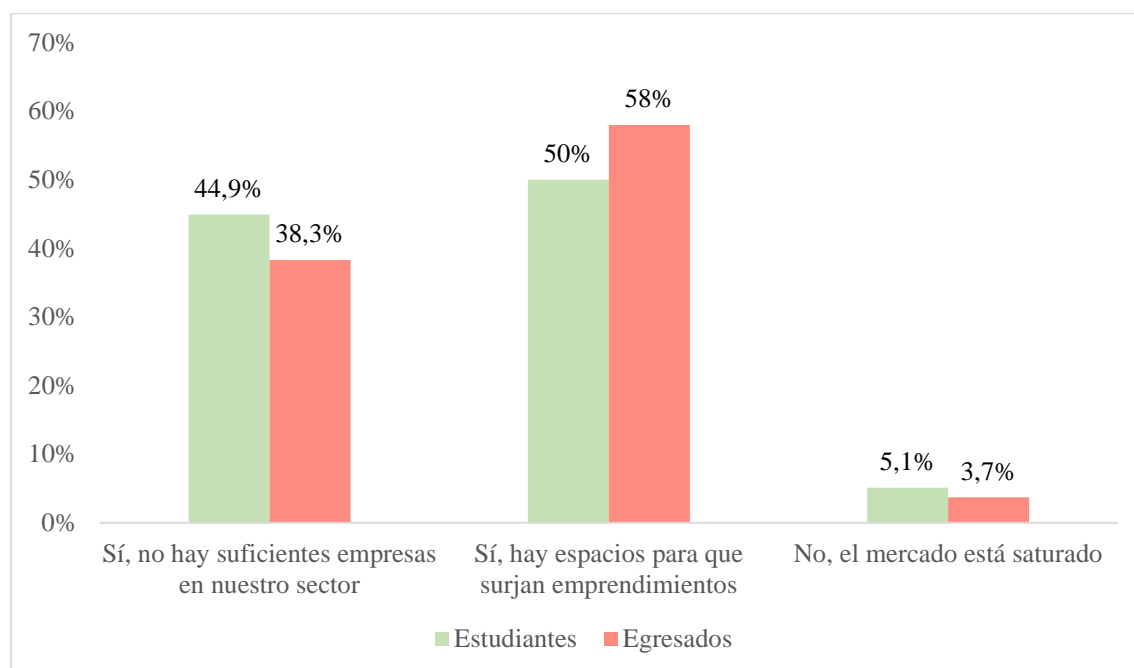
	El mercado laboral necesita emprendimientos sociales			Total
	Sí, no hay suficientes empresas en nuestro sector	Sí, hay espacios para que surjan emprendimientos	No, el mercado está saturado	
Estudiantes	11,8%	13,1%	1,3%	26,3%
Colegio Oficial de Trabajo Social	18,5%	25,6%	0,7%	44,8%
Plataforma Estatal de Trabajo Social	6,4%	11,8%	1,7%	19,9%
Plataforma Andaluza de Trabajo Social	3,4%	5,4%	0,3%	9,1%
Total	40,1%	55,9%	4,0%	100%

Fuente: Elaboración propia.

Como viene siendo tendencia en la comparación de resultados, tanto egresados como estudiantes están de acuerdo en que todavía hay espacios para que surjan emprendimientos sociales. Ligeramente superior es la opinión de los estudiantes sobre la saturación del mercado en Trabajo Social comparada con la de los egresados. Aun así, ambos resultados son muy bajos (no llegan al 7%) haciendo ver que los Trabajadores Sociales creen que es necesaria la creación de entidades sociales y que existen espacios para ello.

De los resultados de esta pregunta, podemos afirmar que tanto egresados como estudiantes piensan que hacen falta más emprendimientos sociales en Trabajo Social y que el mercado no está saturado.

Gráfica 29. Análisis de la variable sobre el mercado laboral actual en Trabajo Social (estudiantes y egresados).



Fuente: Elaboración propia.

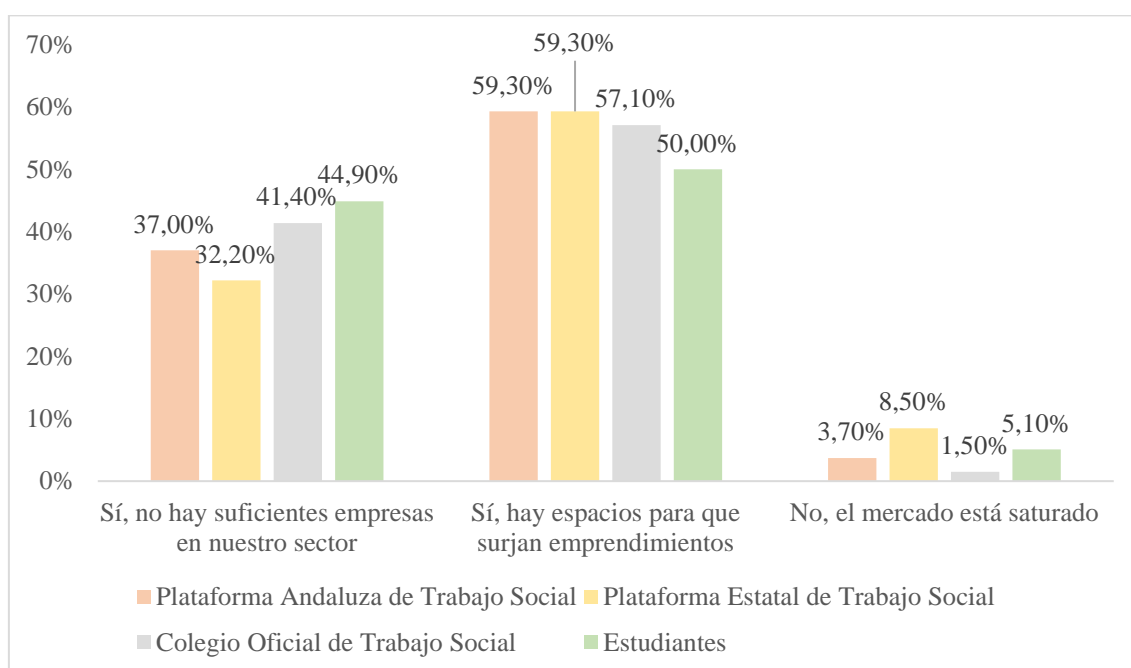
Con esta pregunta lo que se pretendía era conocer si el Trabajo Social necesita de Emprendimiento Sociales y, sobre todo, qué percepción tienen los entrevistados acerca del mercado de trabajo en Trabajo Social. El 38,30% de los egresados piensa que no hay suficientes empresas en nuestro sector por lo que se deberían crear más para tener un mercado mínimamente competitivo. El 58% piensa que hay espacios para que surjan

emprendimientos, es decir, que aunque el mercado en Trabajo Social abarca bastantes campos, todavía existen huecos para que surjan nuevas empresas. Solamente el 3,7% de los encuestados piensan que el mercado está saturado y no tienen cabida los emprendimientos sociales.

Para ver la asociación ($\chi^2 = 1,576$), el resultado que obtenemos al calcular la V de Cramer y del Coeficiente de contingencia (ambos 0,073), nos indica que la intensidad de la asociación es muy baja, por lo que no creemos que esté relacionado.

Si dentro de los egresados distinguimos los tres grupos encuestados (Gráfica 30), vemos que los resultados son muy parecidos.

Gráfica 30. Análisis de la variable sobre el mercado laboral actual en Trabajo Social desagregado.



Fuente: Elaboración propia.

En el caso de los estudiantes, el 44,90% piensan que en el mercado laboral del Trabajo Social no existen suficientes empresas, es decir, hace falta que se creen más entidades. El 50% piensa que sí se necesitan emprendimientos sociales, pero solamente en determinados espacios en los que los Servicios Sociales no llegan. Piensan que hay sectores que en los que crear emprendimientos sociales no tiene mucho sentido. Solamente el 5,1% de los estudiantes piensa que el mercado de Trabajo Social está

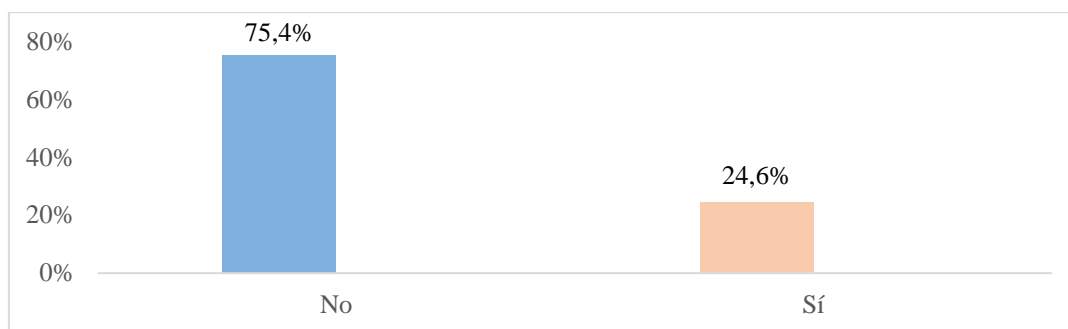
saturado. En el caso de los egresados, observamos que los resultados son ligeramente diferentes entre sí. Vemos cómo la Plataforma Estatal tiene el porcentaje más alto en la respuesta de que el mercado está saturado (8,5%). Aun así las respuestas son bastante altas en relación a la necesidad de crear espacios y empresas en el mercado de Trabajo Social.

En este caso nuevamente al estudiar la asociación entre las variables (Chi cuadrado=7,403), vemos que la intensidad es baja (V de Cramer=0,112 y Coeficiente de contingencia=0,156).

9. ¿Piensa que el sector privado podría acabar con el sistema de público de Servicios Sociales?

También consideramos interesante conocer la opinión que tenían sobre el papel que puede desempeñar el sector privado en relación al sistema público de Servicios Sociales. En el Anexo III hemos recopilado todas las opiniones que tanto egresados como estudiantes nos han querido dar en este tema. Si analizamos los resultados obtenidos en total, sumando egresados y estudiantes, vemos como las tres cuartas partes de todos los encuestados piensan que los emprendimientos sociales no ponen en peligro el sistema de Servicios Sociales públicos. Por el contrario, un 24,6% del total piensa que los emprendimientos sociales ponen en peligro la existencia de los Servicios Sociales, ya sea porque puedan ser recortados sus presupuestos o que en un futuro se pueden sustituir por entidades privadas.

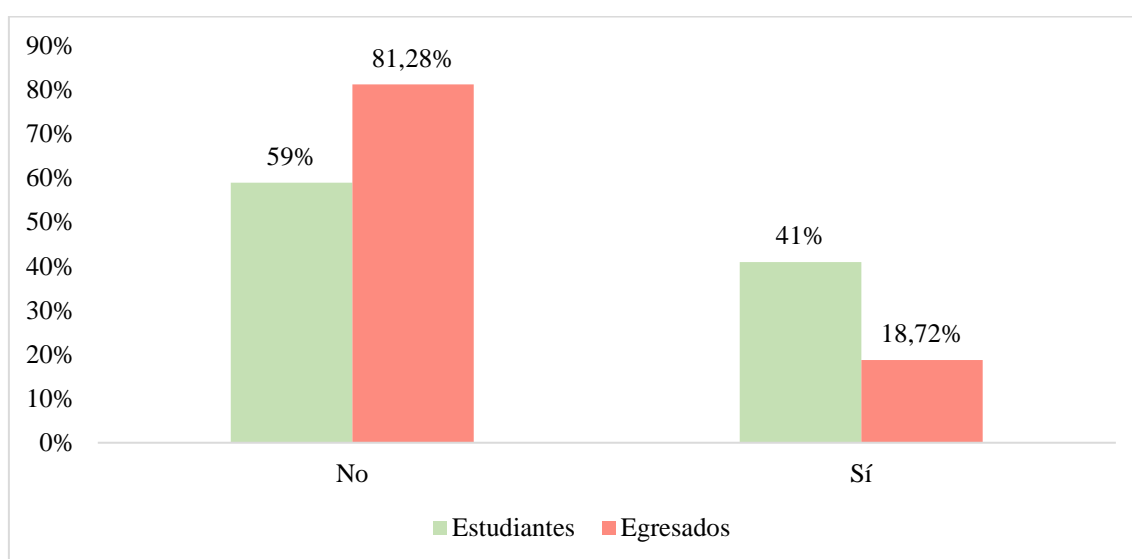
Gráfica 31. Análisis de la variable relativa a si el sistema privado puede acabar con el sistema público de Servicios Sociales (total).



Fuente: Elaboración propia.

Si en esta pregunta desagregamos las respuestas en los grupos de estudiantes y egresados (Gráfica 32), observamos cierta diferencia de pensamientos. Mientras que el 18,72% de los egresados consideran que el sector privado puede acabar con el sistema público de Servicios Sociales, un 41% de los estudiantes también lo creen así. Una cifra bastante alta si comparamos con las respuestas a las preguntas anteriores en las que los estudiantes mostraban su apoyo a la creación de empresas.

Gráfica 32. Análisis de la variable relativa a si el sistema privado puede acabar con el sistema público de Servicios Sociales (estudiantes y egresados).



Fuente: Elaboración propia.

En este punto nos preguntamos: ¿A qué se debe esta diferencia de pensamiento? ¿Por qué los estudiantes son más pesimistas que los egresados en este aspecto? Creemos que el hecho de ver la realidad laboral hace que se abran puertas que en otros momentos se creían cerradas. El hecho de que en la carrera de Trabajo Social no se impartan clases en materia de emprendimiento puede crear un temor o rechazo a los movimientos de creación de entidades, ya sean sociales o no. Aun así, el 59% de los estudiantes piensa que los emprendimientos no son un peligro para la supervivencia de los Servicios Sociales; por su parte los egresados apenas le ven peligro, ya que el 81,28% de los encuestados piensan que el sector privado no podría acabar con el sistema público de servicios sociales.

Con esta pregunta obtenemos otra respuesta positiva acerca del sector privado y el Trabajo Social: el 81,28% de los encuestados egresados no ve una amenaza en que existan

emprendimientos en Trabajo Social o que el sector privado acabe con el sistema público de Servicios Sociales. Si enlazamos esta pregunta con las dos anteriores relativas a las iniciativas empresariales/privadas vemos como las respuestas son bastante receptivas a la inclusión de estas iniciativas en Trabajo Social y solo una minoría no está de acuerdo o no ven del todo claro que esos emprendimientos privados sirvan de una manera positiva ni al Trabajo Social ni a los Servicios Sociales. Un 41% de los estudiantes piensa que el sector privado puede absorber al público. Que casi la mitad de los estudiantes piensen de esa forma es la manifestación del miedo que hay en esta profesión y de una gran parte de la sociedad acerca de que las entidades privadas puedan ocupar el espacio de lo público. En el año 2014 el presupuesto en Servicios Sociales fue un 34% menor que en 2013 (Consejo General del Trabajo Social, 2014); con datos como éste es normal que se crea que poco a poco los Servicios Sociales van a desaparecer en pro de entidades sociales privadas.

Al estudiar la asociación entre las variables (Chi-cuadrado= 15,435), vemos que la dependencia es baja ($\phi=0,228$).

Si desagregamos los datos obtenidos en los diferentes colectivos de egresados, el resultado sigue siendo el mismo: ninguna de las plataformas ve peligrar los Servicios Sociales por una mayor participación de las entidades privadas.

Tabla 12

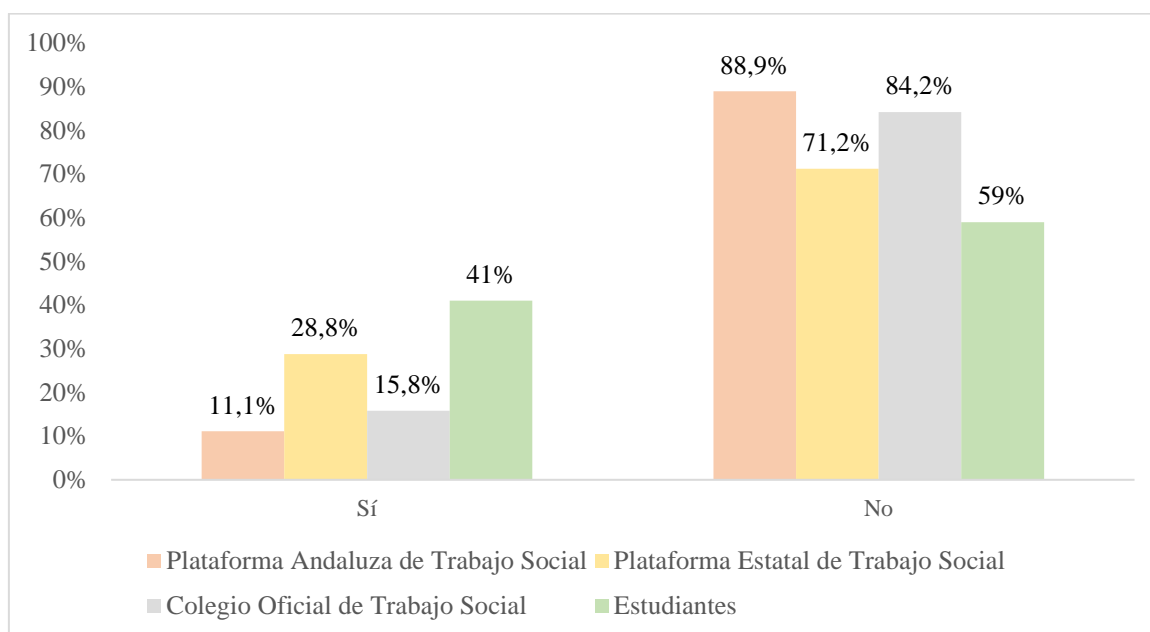
El sistema privado puede acabar con el sistema público de Servicios Sociales (desagregado)

	El sector privado puede acabar con el sistema público de Servicios Sociales		Total
	Sí	No	
Estudiantes	10,8%	15,5%	26,3%
Colegio Oficial de Trabajo Social	7,1%	37,7%	44,8%
Plataforma Estatal de Trabajo Social	5,7%	14,1%	19,9%
Plataforma Andaluza de Trabajo Social	1,0%	8,1%	9,1%
Total	24,6%	75,4%	100%

Fuente: Elaboración propia.

En la siguiente gráfica podemos apreciar de una forma más clara, que mientras que los egresados piensan de manera mayoritaria (entre el 71% y el 89%) que el sistema privado no acabará con el sistema público de Servicios Sociales, los estudiantes son más pesimistas en este sentido.

Gráfica 33. Análisis de la variable relativa a si el sistema privado puede acabar con el sistema público de Servicios Sociales (desagregado).



Fuente: Elaboración propia.

Por lo que se refiere a la dependencia entre las variables (Chi-cuadrado de Pearson= 20,137), podemos decir que el resultado que obtenemos al calcular el coeficiente V de Cramer (0,260) y el coeficiente de contingencia (0,252) nos indica que la asociación entre las variables es baja.

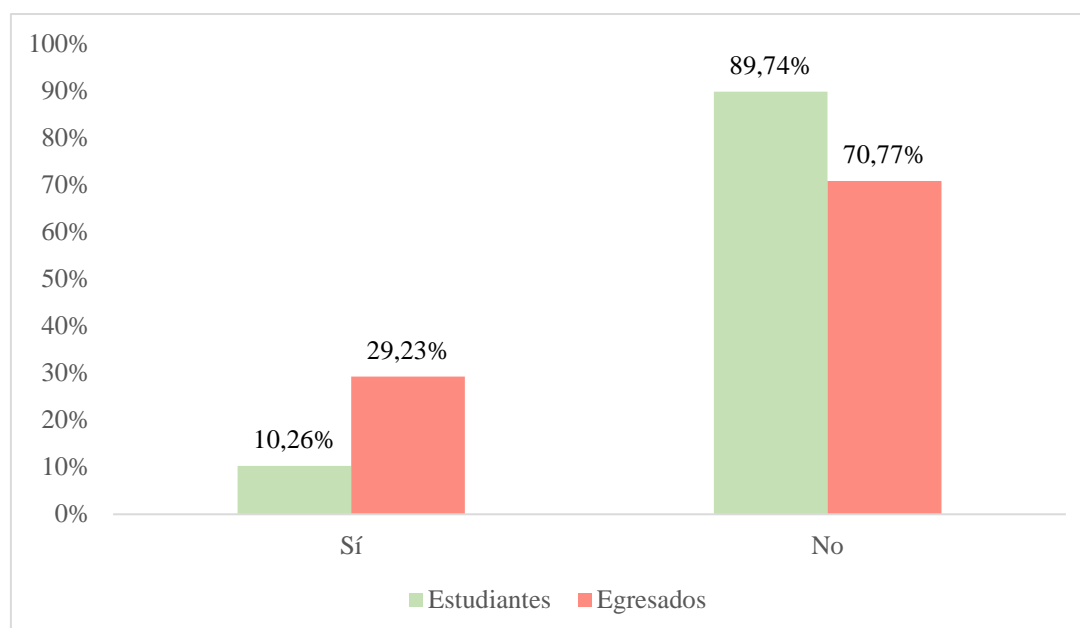
10. ¿Ha montado alguna vez una entidad privada (ya sea empresa, asociación, fundación, etc.)?

Otra de las cuestiones que consideramos interesante plantear para poder estudiar la valoración del emprendimiento por parte de los actuales y futuros trabajadores sociales fue conocer si habían tenido alguna experiencia emprendiendo, montando algún tipo de

entidad privada. Tras el análisis de la información recabada podemos decir que por parte de los estudiantes apenas el 10,26% ha montado alguna vez una entidad privada, respuesta en parte lógica debido a la edad de los encuestados y al hecho de que todavía no han terminado su etapa formativa, sumado a la falta de formación específica empresarial o el difícil acceso a la financiación. Por su parte, en el colectivo de los egresados encuestados encontramos que solamente el 29,23% de los mismos han llegado a emprender.

Consideramos que en ambos casos los resultados son bastante pobres, siendo una tasa bastante baja si la comparamos con la buena opinión que tienen todos los encuestados acerca de los emprendimientos sociales y privados. Hemos podido comprobar en las anteriores preguntas que los egresados encuestados estaban de acuerdo con las iniciativas privadas, pero en esta pregunta sus respuestas son un poco distintas: solamente el 29,23% ha creado una iniciativa empresarial, mientras que el 70,77% no ha creado una entidad privada. Por ello podemos decir que apreciamos que existen buenas intenciones en todas las respuestas referentes a la creación de emprendimientos, pero parece ser que a la hora de materializar esas intenciones pocos son los que se atreven o no les interesa lanzarse a emprender, ya sea por falta de formación en la materia o de recursos económicos.

Gráfica 34. Análisis de la variable creación de una entidad privada (estudiantes y egresados).



Fuente: Elaboración propia.

Por lo que se refiere a la asociación de las variables (Chi-cuadrado= 11,267), al calcular el coeficiente Phi de Pearson ($\phi = -0,195$) podemos decir que existe una dependencia inversa entre las variables, aunque la intensidad es muy baja.

Si analizamos el 100% de la muestra y lo que cada colectivo aporta, vemos como es el Colegio Oficial de Trabajo Social (al ser también el más numeroso) el que tiene un porcentaje más alto de personas que han emprendido. Curioso es el caso de la Plataforma Andaluza de Trabajo Social que siendo solamente un 9% del total de la muestra, aporta más emprendedores que los estudiantes siendo éstos un volumen mucho más alto y con más probabilidad de tener a más emprendedores.

Tabla 13

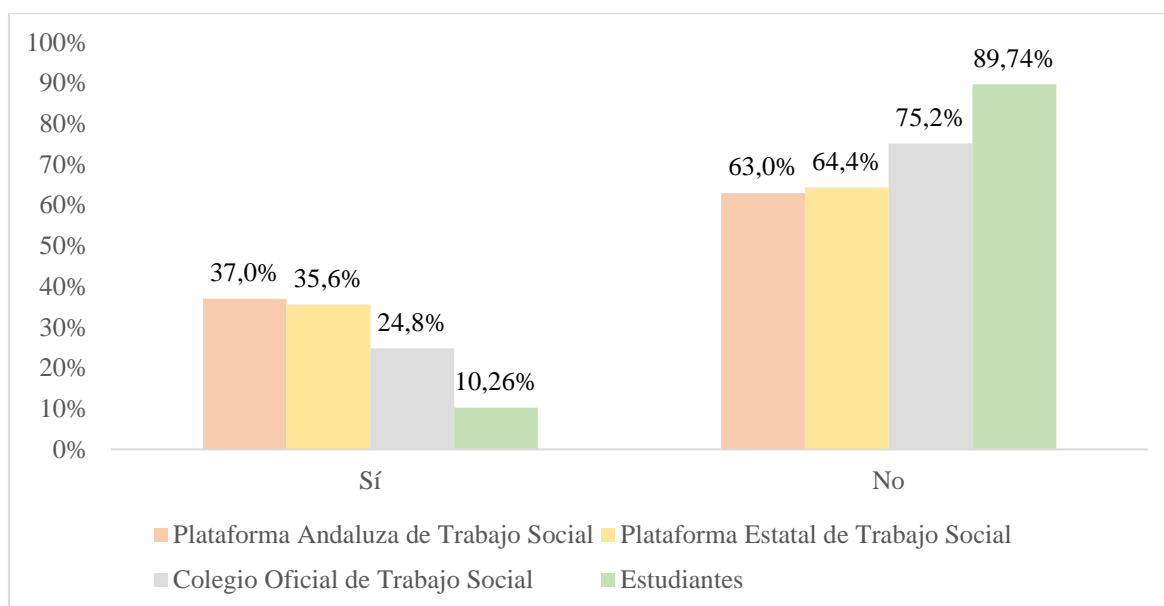
¿Ha montado alguna vez una entidad privada (ya sea empresa, asociación, fundación, etc.)? (desagregado)

	Ha montado alguna entidad privada	
	Sí	No
Estudiantes	2,7%	23,6%
Colegio Oficial de Trabajo Social	11,1%	33,7%
Plataforma Estatal de Trabajo Social	7,1%	12,8%
Plataforma Andaluza de Trabajo Social	3,4%	5,6%
Total	24,3%	75,7%

Fuente: Elaboración propia.

Si realizamos la desagregación de esta información por plataformas, observamos que son los egresados de la Plataforma Andaluza quienes más han emprendido. En cualquier caso, podemos ver claramente que las respuestas positivas siguen siendo muy bajas si las dividimos por grupos. Como era de esperar solamente un 10,26% de estudiantes han creado una entidad privada.

Gráfica 35. Análisis de la variable creación de una entidad privada (desagregado).



Fuente: Elaboración propia.

Al estudiar la asociación entre las variables ($\chi^2=14,877$), para medir la intensidad de dicha asociación, calculamos el Coeficiente V de Cramer (0,224) y el Coeficiente de contingencia (0,218), cuyos valores nos muestran que existe una dependencia baja entre las variables.

11. ¿En qué porcentaje te ves como emprendedor en el futuro?

Esta cuestión consideramos que es una de las más importantes para entender la visión que tienen del emprendimiento tanto los estudiantes como los egresados encuestados. La percepción que ambos colectivos tienen sobre si su futuro laboral pasará por el emprendimiento la consideramos fundamental.

Como veremos a continuación, la opinión de los egresados en relación a si se ven emprendedores en el futuro, tiende a caer conforme los porcentajes van subiendo, mientras que la opinión de los estudiantes es bastante inestable e intermedia. El punto más elevado de los egresados es 0-10% con un 20,09%, mientras que por parte de los estudiantes el punto más alto se sitúa en el 20-30% con un 16,40%. Ante la vista de estos datos podemos decir que ambos comparten la opinión de que consideran que es poco probable que se conviertan en emprendedores en el futuro.

Hemos querido agrupar en tres grupos de porcentaje las respuestas de los encuestados. Los grupos serían de 0-40%: tienen claro que no quieren emprender; 40-70% probablemente emprendan; 70-100%: con total seguridad emprenderé en un futuro

Tabla 14

Percepción de los estudiantes y egresados como emprendedores en el futuro

	0-40%	40-70%	70-100%
Estudiantes	51,3%	42,3%	6,4%
Egresados	63%	27,9%	9,1%

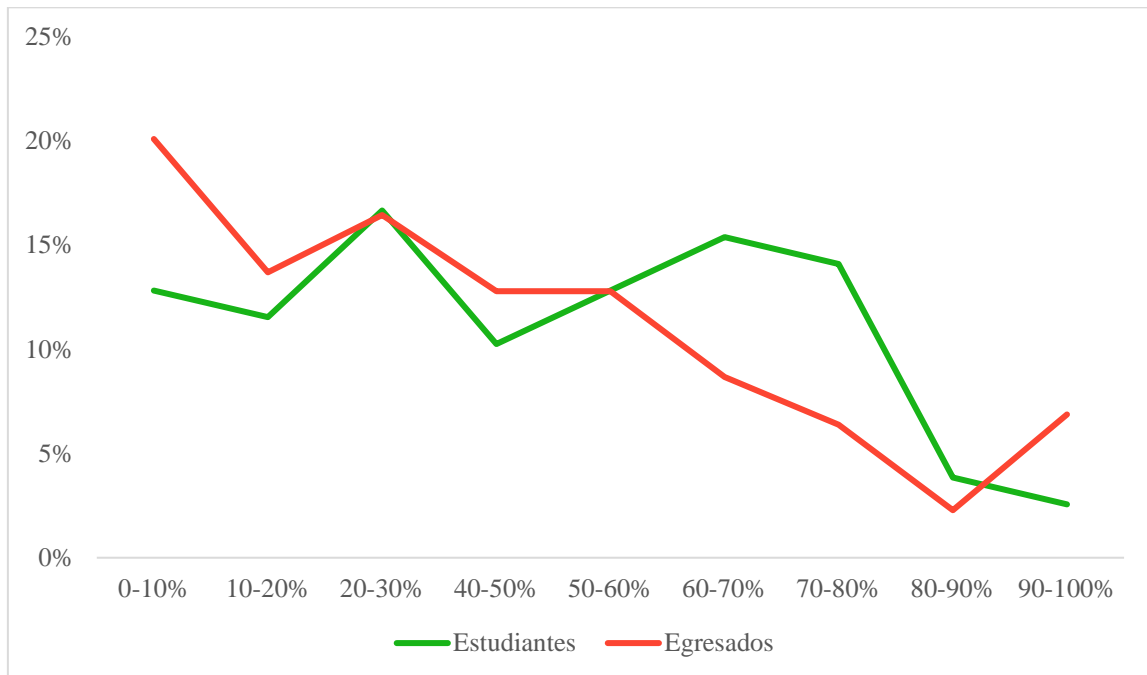
Fuente: Elaboración propia.

En ambos casos, se ven poco emprendedores. Aunque destaca que sean los egresados los que menos se ven como emprendedores. Si es cierto, que en el tramo intermedio (40-70%) son los estudiantes lo que más porcentaje tienen con respecto a egresados, es decir, que quizás todavía no tengan claro qué es lo que harán en un futuro. Destacaremos también que los egresados superan a los estudiantes en el tramo 0-40% en el que tienen claro que no van a emprender: el hecho de que una gran parte de ellos estén trabajando (como hemos podido comprobar en las preguntas anteriores) minimiza la posibilidad de que ellos se pueden arriesgar a crear una entidad.

Llegados a este punto, queremos reiterar la opinión que hemos mantenido en toda la investigación: los Trabajadores Sociales, tanto estudiantes como egresados, ven con buenos ojos los emprendimientos privados o subvencionados por entidades públicas siempre, pero de una forma u otra no se ven como emprendedores, o directamente no se atreven a realizar algún tipo de emprendimiento.

Los datos obtenidos en preguntas anteriores nos hacen ver que los estudiantes consideran necesaria la creación de entidades de Trabajo Social, pero cuando les hemos preguntado en qué porcentaje se ven como emprendedores los resultados son un poco ambiguos.

Gráfica 36. Análisis de la variable visión de emprendedor en el futuro (estudiantes y egresados).



Fuente: Elaboración propia.

Para poder extraer una mayor información acerca de esta cuestión, consideramos interesante dividir las respuestas a esta pregunta en las cuatro categorías, para ver lo que aporta cada grupo al total de la encuesta. Si nos fijamos en los totales, los resultados van decreciendo conforme aumenta el porcentaje de la visión que tienen ellos mismos como emprendedores.

Tabla 15

Visión de emprendedor en el futuro por grupos

	0-40%	40-70%	70-100%
Estudiantes	13,4%	11,1%	1,7%
Colegio Oficial de Trabajo Social	30,6%	11,4%	2,7%
Plataforma Estatal de Trabajo Social	11,5%	6,1%	2,4%
Plataforma Andaluza de Trabajo Social	4,4%	3,0%	1,7%
Total	59,9%	31,6%	8,5%

Fuente: Elaboración propia.

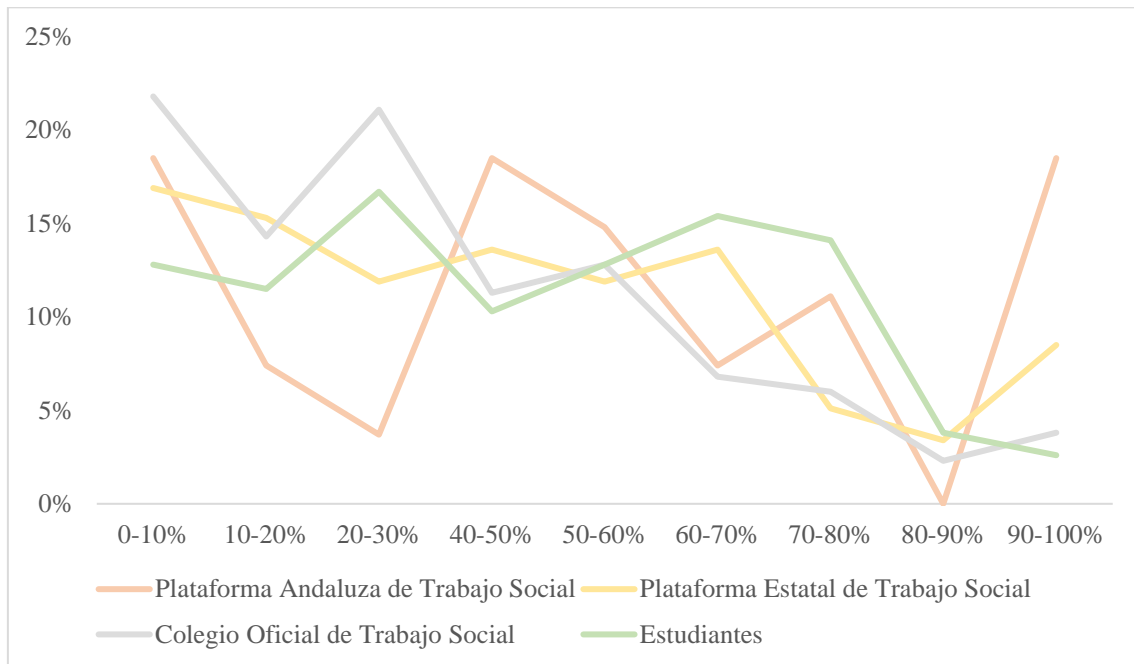
Entre las variables existe asociación (Chi-cuadrado= 31,292), siendo baja según el coeficiente V de Cramer (0,187) y media-baja según el Coeficiente de contingencia (0,369).

Para tener una visión global de las respuestas a esta cuestión, hemos representado en la gráfica 37 las distintas opiniones de los encuestados, divididos por colectivo.

Podemos observar que, en el caso de los estudiantes, el resultado más abultado ha sido el “20-30%” con un 16,70%, y el menos elegido el “90-100” con solo un 2,6%. Para el Colegio Oficial de Trabajo Social el punto más alto de la gráfica es el correspondiente al 0-10%, y curiosamente tanto para la Plataforma Estatal como para la Plataforma Andaluza en este tramo encontramos los picos más elevados. El caso de la Plataforma Andaluza es también peculiar ya que tiene picos muy abruptos en las respuestas.

Al realizar el estudio de la dependencia entre las variables (Chi-cuadrado= 31,291), vemos que la intensidad de esa asociación es muy baja según el coeficiente V de Cramer (0,187) y media-baja según el Coeficiente de contingencia (0,309).

Gráfica 37. Análisis de la variable visión de emprendedor en el futuro (estudiantes y egresados desagregados por grupos).

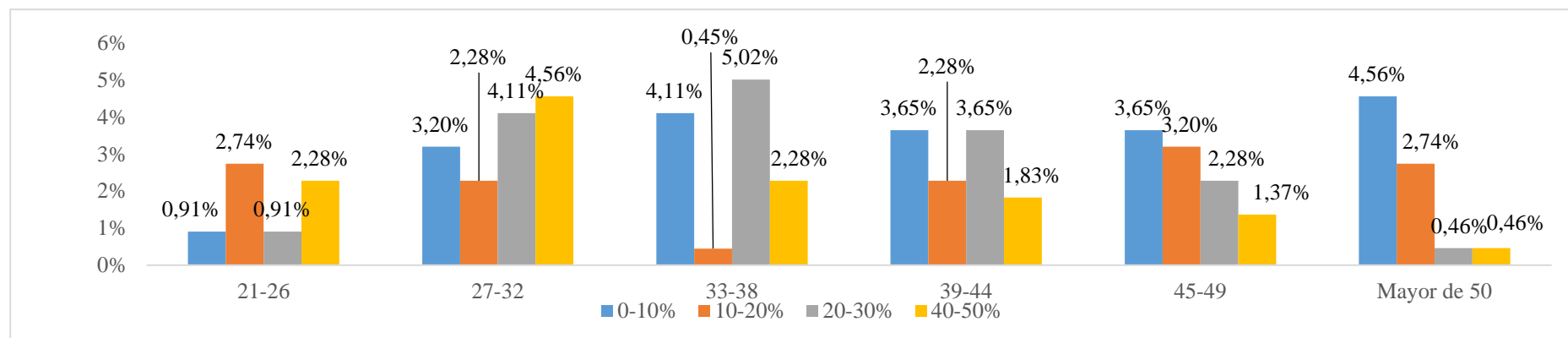


Fuente: Elaboración propia.

A continuación, consideramos interesante realizar una gráfica en la que hemos cruzado la edad de los encuestados y cómo se ven como emprendedores en un futuro, lo que nos permitirá analizar por grupos de edad quiénes se ven más emprendedores en el futuro. Para estas dos gráficas hemos unido todos los resultados obtenidos.

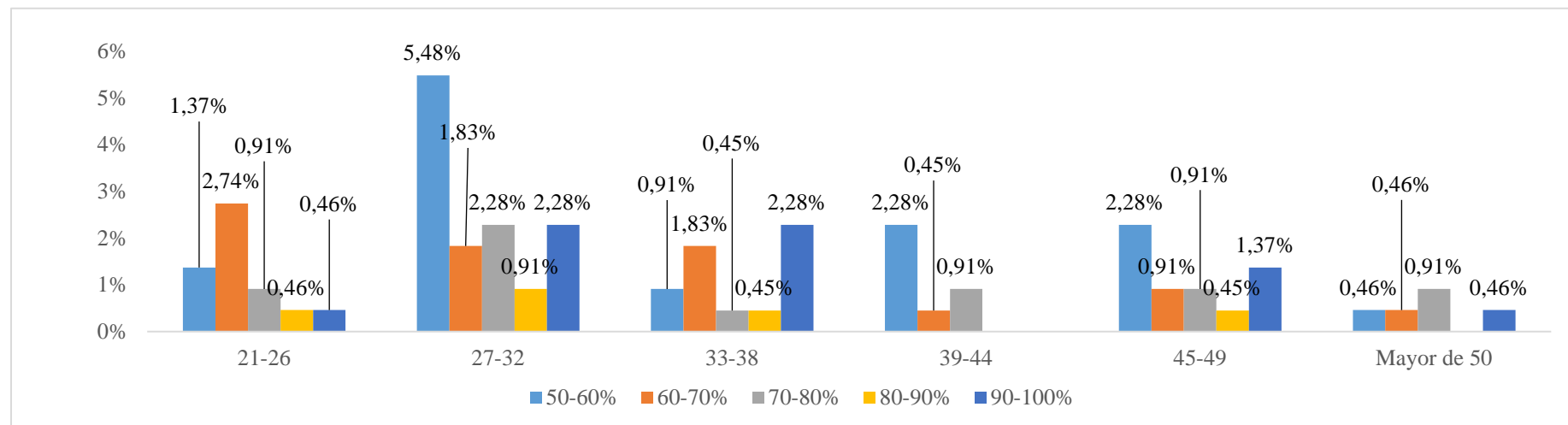
Capítulo 4. Caso de estudio: Trabajo social y Emprendimiento

Gráfica 38. Análisis de la variable edad y el porcentaje de la percepción que tienen los encuestados para emprender en un futuro (1).



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 39. Análisis cualitativo sobre la edad y el porcentaje de la percepción que tienen los encuestados para emprender en un futuro (2).



Fuente: Elaboración propia.

En la Gráfica 38 los porcentajes más altos se encuentran: en la franja de edad de 33-38 años, con un 5,02% se ven entre un 20 y un 30% emprendiendo en el futuro; y en la franja de mayores de 50 años, con un 4,56% no se ven como emprendedores. Asimismo, en la franja de 27-32 años, con un 4,56% aparecen los que no tienen del todo claro (40-50%) si emprenderán en un futuro.

En la Gráficas 39, en la que aparecen los porcentajes que oscilan entre el 50 y el 100%, vemos como destaca entre los 27-32 años con un 5,48% aquellos que estiman entre un 50-60% las posibilidades de emprender.

En cualquier caso, vemos en ambas gráficas que se confirma lo ya afirmado anteriormente: cuanto más elevada es la edad, menor es el espíritu emprendedor.

12. Ordene de mayor a menor importancia (del 1 al 5, siendo 1 lo más importante y 5 lo menos) los siguientes conocimientos y habilidades que necesita un Trabajador Social a la hora de emprender.

Otra cuestión sobre la que consideramos interesante preguntar a la muestra encuestada hacía referencia a los conocimientos y habilidades con los que creían que debían contar los trabajadores sociales a la hora de emprender.

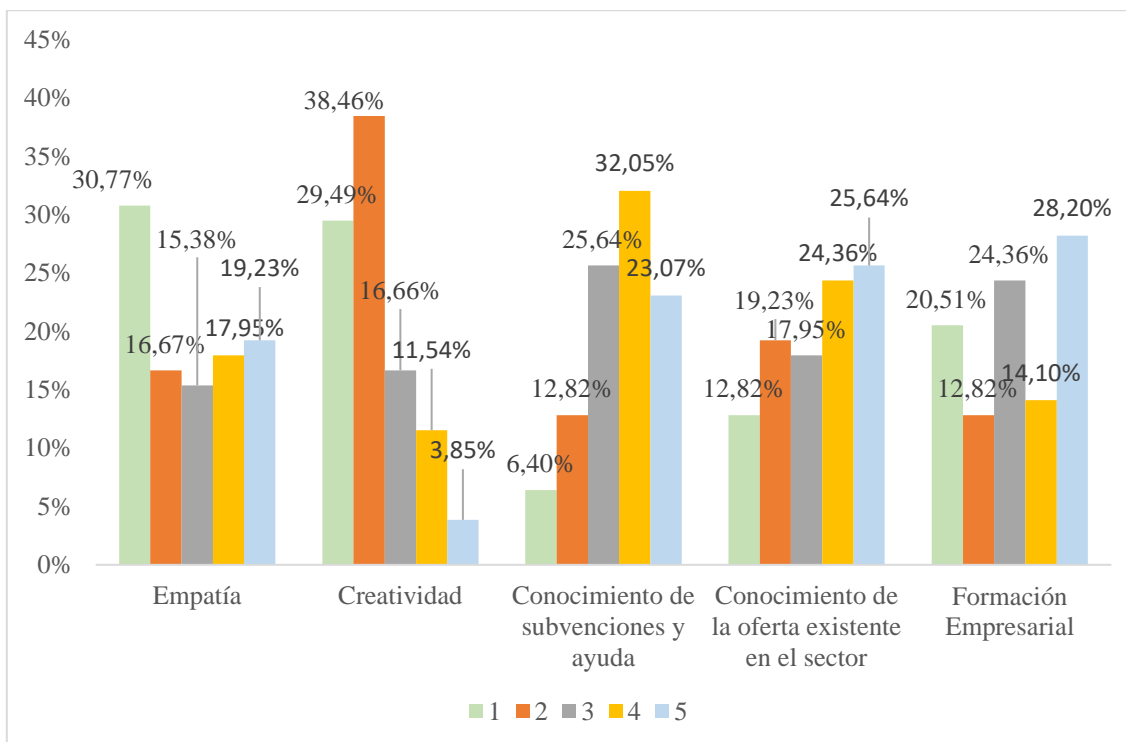
En el caso de los estudiantes, podemos decir que consideran que lo más importante para emprender es la empatía, ya que el 30,77% de los estudiantes se decantó por ella como primera opción. Como segunda opción eligieron la creatividad con un 38,46%. Como tercera y cuarta opción más valoradas tienen resultados parejos las que hacen referencia al conocimiento del sector y de las subvenciones y ayudas referentes al mismo. La formación empresarial es la quinta opción valorada con un 25,64% a la hora de emprender.

Podríamos resumir que las habilidades y características en orden de mayor a menor importancia, para los estudiantes en Trabajo Social son las siguientes: empatía, creatividad, conocimiento de subvenciones y ayuda, conocimiento de la oferta existente en el sector y en último lugar, formación empresarial.

Es curioso ver como los estudiantes en Trabajo Social piensan que para crear una entidad privada no hace falta conocimiento previo de formación empresarial ya que puede ser un

elemento básico a la hora de que nuestro emprendimiento funcione bien.

Gráfica 40. Análisis de la variable importancia de los conocimientos y habilidades que necesita un Trabajador Social a la hora de emprender (estudiantes).



Fuente: Elaboración propia.

Por lo que se refiere a los egresados en Trabajo Social, podemos observar que consideran que lo más importante para emprender es la creatividad: un 36,99% piensan que tener una mente imaginativa sería lo primero que debería tener un emprendedor a la hora de crear su entidad.

Como segunda opción, el 25,11% piensan que conocer la oferta existente en el sector (conocer qué tipo de empresas hay en el mercado) es lo más importante. Hemos elegido esta opción, ya que la segunda opción más votada volvía a ser la creatividad (28,31%) por lo que hemos decidido dejar paso a la siguiente opción más votada que era conocimientos de la oferta existente en el sector.

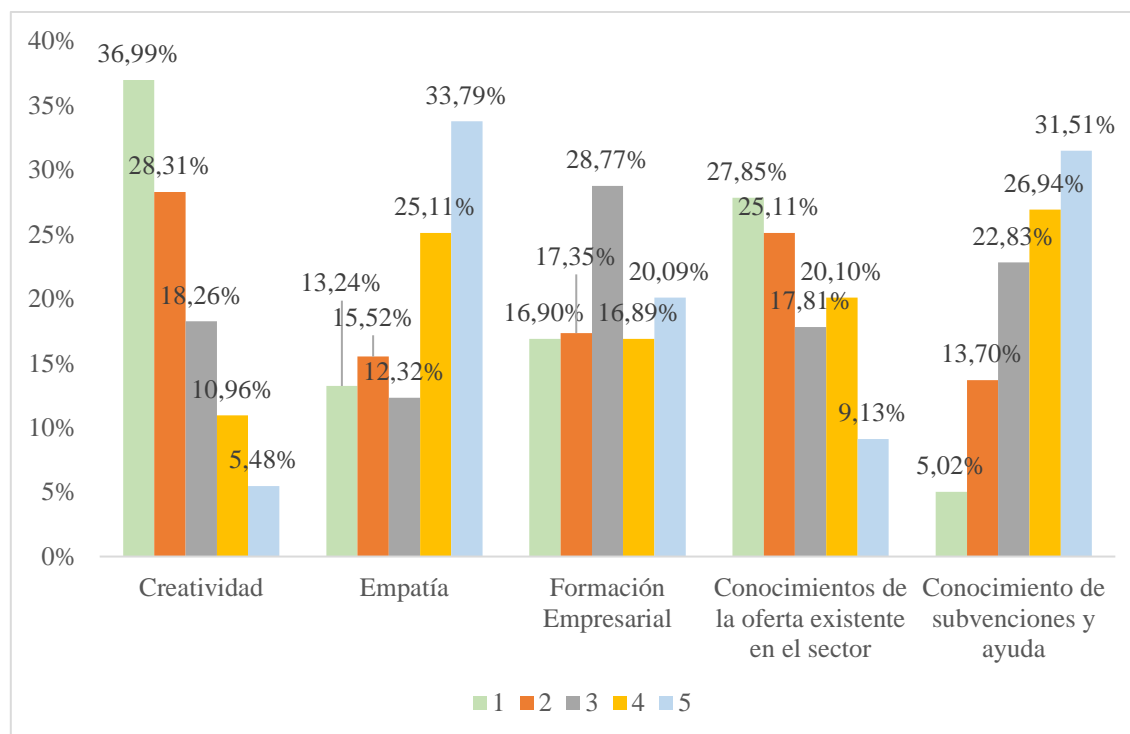
En tercer lugar, consideran que es importante tener formación empresarial (28,77%).

Capítulo 4. Caso de Estudio: Trabajo Social y Emprendimiento

En el penúltimo lugar sitúan el conocer las subvenciones y ayudas a la hora de emprender, por lo que parece que no lo consideran muy necesario para crear una entidad en Trabajo Social.

Por último, los egresados piensan que la empatía no es lo más importante a la hora de emprender. Los estudiantes creen que un elemento tan esencial como es la empatía en el Trabajo Social es indispensable a la hora de emprender.

Gráfica 41. Análisis de la variable importancia de los conocimientos y habilidades que necesita un Trabajador Social a la hora de emprender (egresados).



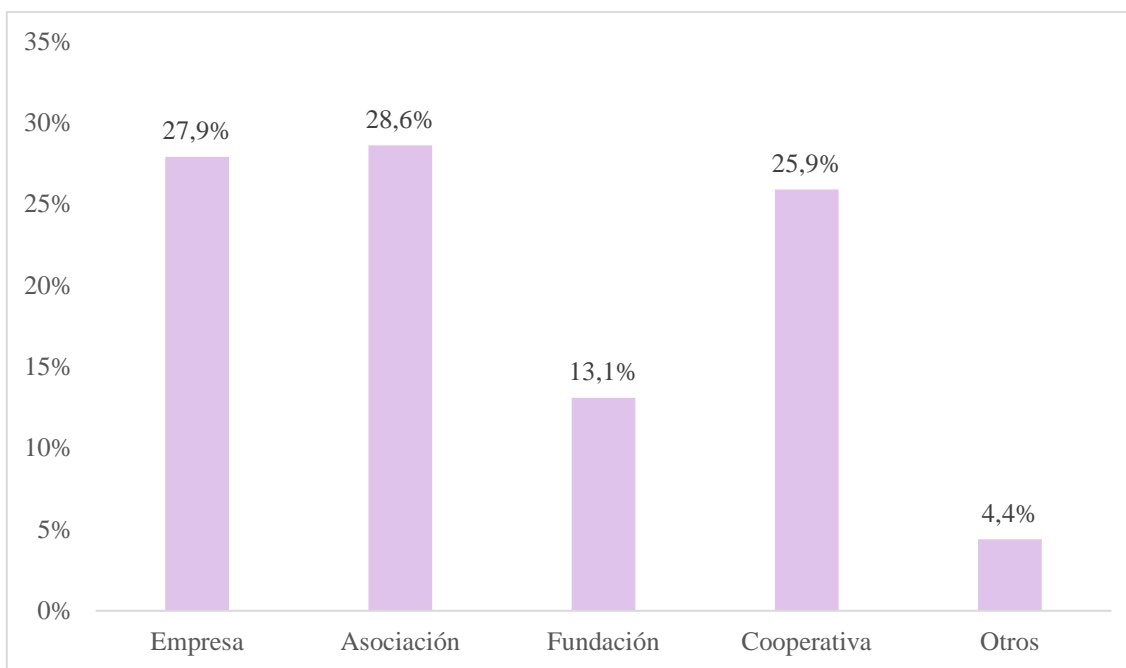
Fuente: Elaboración propia.

12. Si decidiera poner en práctica una iniciativa emprendedora sería una empresa, asociación, fundación, cooperativa u otra:

Otra de las cuestiones que consideramos interesante recoger en el cuestionario para estudiar con mayor detalle la relación entre el emprendimiento y el Trabajo Social, hacía

referencia a la opción preferida por los encuestados si se plantearan llevar a la práctica alguna modalidad dentro del emprendimiento.

Gráfica 42. Análisis de la variable preferencia de iniciativa emprendedora a poner en práctica.

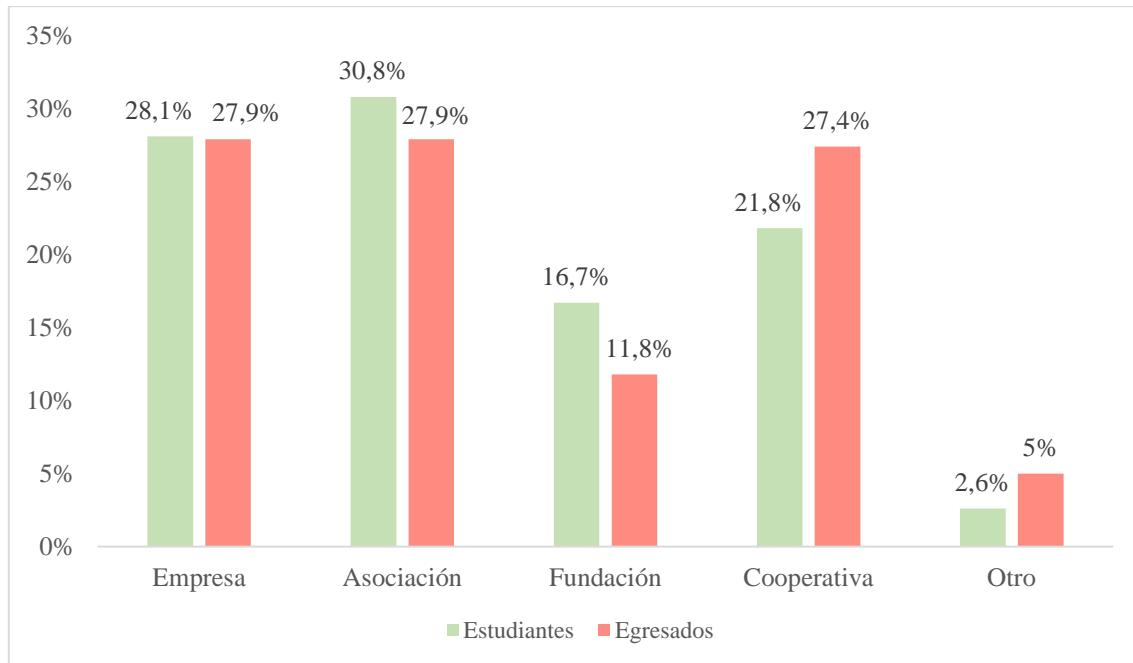


Fuente: Elaboración propia.

El resultado total de los encuestados nos arroja que no hay una clara preferencia. Es importante destacar que la opción más elegida, aunque con una diferencia muy pequeña con el resto es la preferencia en crear una asociación antes que una empresa o cooperativa, es decir, preferencia por una organización sin ánimo de lucro donde no puede existir un reparto de dividendos o de los beneficios en el caso en el que haya.

Como viene siendo habitual en nuestro análisis, hemos querido dividir la información recabada entre estudiantes y egresados para ver sus preferencias con mayor detalle.

Gráfica 43. Análisis de la variable preferencia de iniciativa emprendedora (estudiantes y egresados).



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica anterior podemos comprobar que, por lo que se refiere a los estudiantes, la forma preferida de emprender sería la asociación (30,80%) mientras que los egresados se decantan por crear una empresa o una asociación en la misma proporción (27,90%). Vemos también que la elección de la cooperativa es una opción que sigue a las anteriores muy de cerca, con un 27,4% como segunda opción para los egresados.

En cualquier caso, podemos decir que los porcentajes se reparten entre todas las opciones tanto para los egresados como estudiantes de una forma muy homogénea.

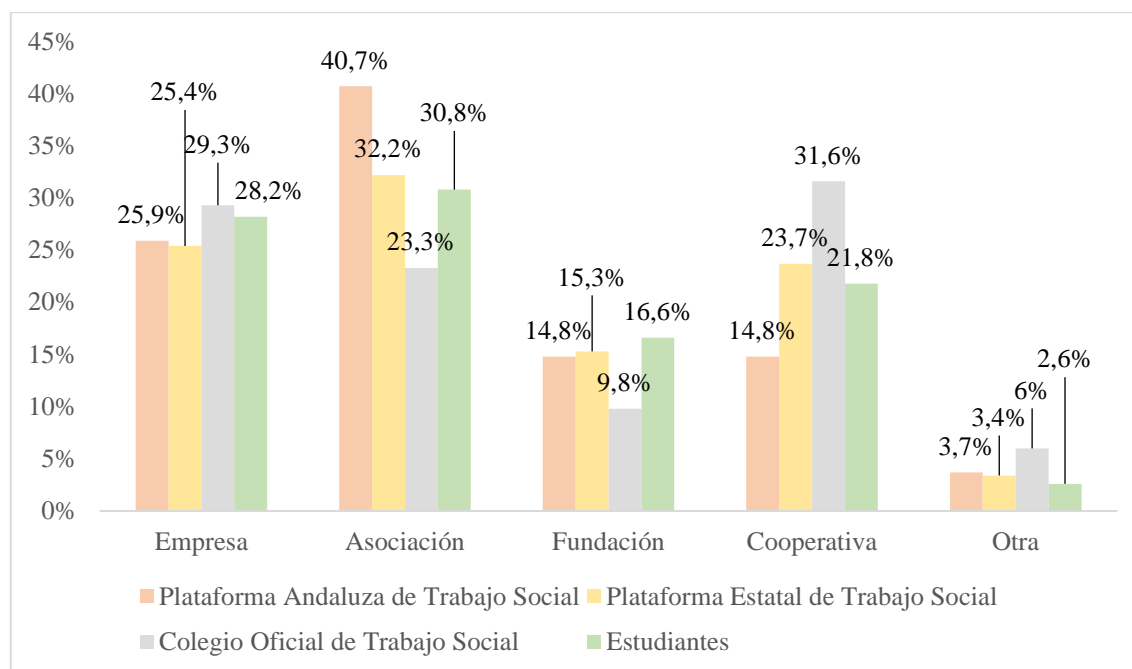
Al estudiar la asociación entre las variables, vemos que ésta existe ($\chi^2 = 2,671$) aunque la intensidad de la misma es muy baja (Coeficiente V de Cramer= 0,095 y Coeficiente de contingencia=0,94), por lo que podemos decir que son prácticamente independientes.

El desglose entre los cuatro grupos encuestados nos permitirá extraer conclusiones muy exactas sobre las preferencias de los mismos a la hora de montar una iniciativa empresarial

ya que los resultados obtenidos son muy parejos entre sí.

Para los estudiantes y las dos plataformas, la opción preferente es la asociación, mientras que para el Colegio Oficial de Trabajo Social la cooperativa es su primera opción. Como podremos ver en la siguiente gráfica, cada grupo tiene unas opciones distintas entre sí.

Gráfica 44. Análisis de la variable preferencia de iniciativa emprendedora (estudiantes y egresados desagregados por grupos).



Fuente: Elaboración propia.

En el caso de los estudiantes el orden de preferencia sería el siguiente: asociación, empresa, cooperativa, fundación y otra. Para los encuestados pertenecientes al Colegio Oficial de Trabajo Social sería: cooperativa, empresa, asociación, fundación y otra.

Para la Plataforma Estatal: asociación, empresa, cooperativa, fundación y otra.

Y, por último, para la Plataforma Andaluza: asociación, empresa, fundación/cooperativa y otra.

En cuanto a la asociación o dependencia entre las variables ($\chi^2=10,607$), podemos decir que es muy baja (Coeficiente V de Cramer=0,189 y Coeficiente de

contingencia=0,186) y por ello son prácticamente independientes.

14. Valora en una escala de a 1 a 5 las siguientes frases, siendo 1 no me siento nada identificado, y 5 me siento muy identificado.

Como último ítem incluido en los cuestionarios, se pidió a los encuestados que valorasen una serie de frases que tenían que ver con su propia identificación con el emprendimiento. Vamos a comentar los resultados obtenidos distinguiendo entre estudiantes y egresados.

En la primera frase “No se pueden tener empresas en Trabajo Social, ya que el servicio a los usuarios tiene que ser gratuito”, el 37,18% de los estudiantes, ha elegido el número 3 que sería una posición neutra al respecto. Sin embargo, las opciones 1 y 2 suman entre sí un 43,59% que supera con creces a la opción 4 y 5, que solo obtienen un 19,23%. Podríamos decir que los estudiantes no se sienten identificados con esa frase y apuestan por las iniciativas empresariales en Trabajo Social.

La segunda frase que queríamos que se valorase era “Estoy de acuerdo con las entidades privadas/asociativas, pero no voy a emprender”. Los estudiantes siguen sin tenerlo claro: un 46,15% eligen la opción intermedia. Mientras que el 11,53% eligen las opciones 4 y 5 y piensan que no van a emprender, el 42,31% no está de acuerdo con dicha afirmación por lo que dejan la puerta abierta a futuros emprendimientos.

La tercera frase “Me gustaría crear una entidad sin ánimo de lucro en el que los costes sean asumidos por la administración pública” es la que menos dudas ha suscitado: el 33,33% están muy de acuerdo con esa frase, muy seguidos del 29,49% de las personas que piensan que están de acuerdo. Junto con la respuesta de la anterior pregunta “¿Qué tipo de emprendimiento crearías?” (Gráfica 42) en la que el 30,8% de los encuestados eligieron la opción de Asociación, nos da a entender que los estudiantes prefieren crear un tipo de emprendimiento que sea subvencionado por las distintas administraciones públicas antes que generar un negocio que sea autosostenible.

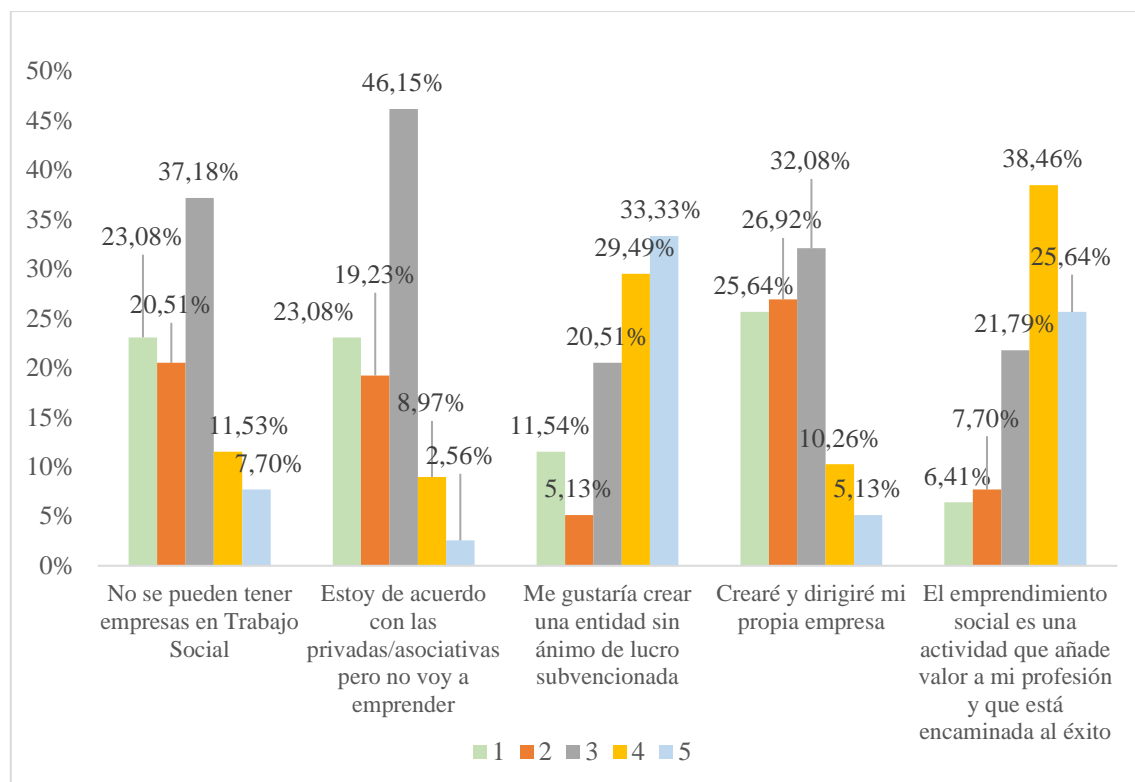
La cuarta frase, “Con toda probabilidad crearé y dirigiré mi propia empresa”, no hace más que fortalecer nuestra conclusión anterior: el 32,08% no sabe a ciencia cierta si va a crear una empresa o no. Pero el 52,56% ha elegido la opción 1 y 2, hecho que nos da a entender

Capítulo 4. Caso de Estudio: Trabajo Social y Emprendimiento

que no crearán en un futuro una entidad privada lucrativa. Solamente un 15,39% piensan que podrán emprender una empresa en un futuro.

En relación a la última frase, “El Emprendimiento Social es una actividad que añade valor a mi profesión y que está encaminada al éxito”, el 38,46% de los estudiantes están de acuerdo con la misma y el 25,64% están muy de acuerdo. Solamente el 14,11% no se siente identificado (uniendo las opciones 1 y 2). El 21,79% se sitúa en una posición intermedia en relación a esta idea.

Gráfica 45. Análisis de la variable identificación con el emprendimiento (estudiantes).



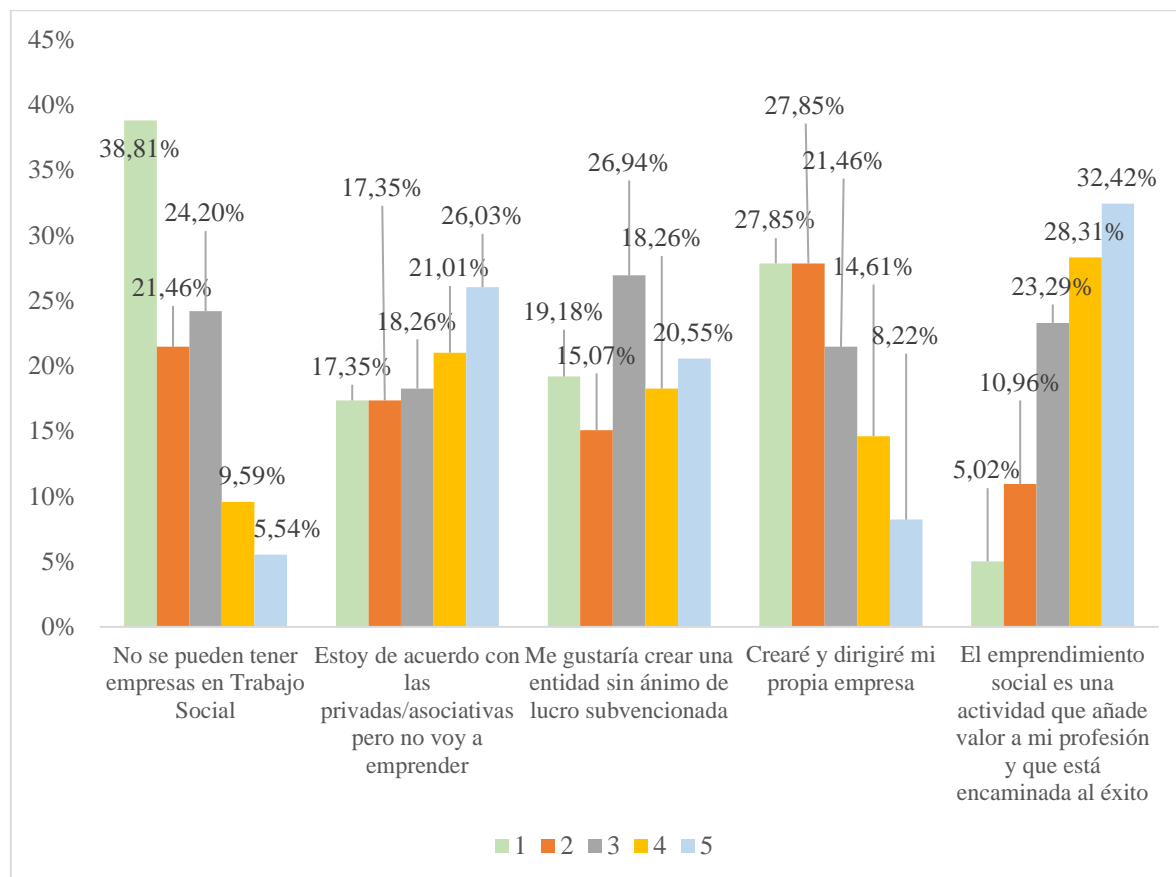
Fuente: Elaboración propia.

Pasamos a continuación al análisis que hemos realizado con las respuestas que nos han proporcionado los egresados. En primer lugar, debemos decir que los egresados en Trabajo Social no se sienten nada identificados con la frase “No se pueden tener empresas en Trabajo Social”, ya que el 38,81% rechaza esta frase. Además, solamente el 15,13% están de acuerdo

Capítulo 4. Caso de Estudio: Trabajo Social y Emprendimiento

con esa frase (si sumamos los porcentajes de la puntuación 4 y 5) por lo que nos podemos hacer a la idea de que están de acuerdo con crear empresas relevantes al Trabajo Social. En una posición intermedia encontramos que a los egresados encuestados le gustaría crear una entidad sin ánimo de lucro (26,94%), en esta pregunta no encontramos una respuesta clara ya que se reparten los porcentajes de una forma bastante homogénea.

Gráfica 46. Análisis de la variable identificación con el emprendimiento (egresados).



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la segunda frase, destacamos que el 26,03% los egresados están muy de acuerdo con las entidades privadas y asociativas en Trabajo Social, pero no van a emprender. Si lo unimos al 21,01% que están de acuerdo, observamos que más de un 47% consideran que no van a emprender.

El 27,85% apenas se sienten identificados con la frase “Crearé y dirigiré mi propia empresa”. Y si a eso le sumamos que el 27,85% no se siente nada identificado con esta frase (puntuación 1 y 2 de la pregunta), más del 50% con toda probabilidad no creará su propia empresa.

Viendo las respuestas que han dado los egresados a la pregunta sobre si el Emprendimiento Social añade valor a la profesión del Trabajo Social, el 28,31% se sienten identificados y el 32,42% muy identificados: vemos que los egresados creen que el emprendimiento da prestigio a nuestra profesión.

4.3. Análisis cuantitativo del emprendimiento

Para realizar un análisis más detallado de la pregunta del cuestionario que nos proporciona información sobre la evolución del emprendimiento en materia de Trabajo Social, hemos transformado la respuesta a la pregunta en qué porcentaje te ves como emprendedor en el futuro en una variable cuantitativa. Para ello al introducir los datos en el programa SPSS Statistics, hemos tomado la marca de clase de cada uno de los diez intervalos que se ofrecían como respuesta.

Una vez realizado esto, para elegir las pruebas estadísticas de diferencias entre grupos a llevar a cabo hemos realizado pruebas de normalidad (MacInnes, 2017). Concretamente, al ser la muestra con la que trabajamos superior a los 50 encuestados, hemos utilizado la prueba de Kolmogorov-Smirnov, que nos permite medir el grado de concordancia entre la distribución de un conjunto de datos y la distribución normal. En este test la hipótesis nula es que el conjunto de datos sigue una distribución normal y la hipótesis alternativa es que no sigue una distribución normal. Tras realizar las pruebas de normalidad (Anexo IV) observamos que en ningún caso podíamos utilizar las pruebas paramétricas ya que el p-valor que obteníamos era inferior a 0,05.

Recordemos que el p-valor es la probabilidad de ocurrencia de la hipótesis nula, es decir, nos indica el número de ocasiones en los que se cumplirá la hipótesis nula. Este valor se compara con un valor de probabilidad que elige el investigador y que marca el límite para considerar que una hipótesis se cumple. Este valor de comparación es el nivel de significación

o nivel de error que se espera cometer (α) y en investigación social existe consenso en que no debe superar el 5% (es decir, una probabilidad del 0,05). Para poder aceptar la hipótesis nula ha de cumplirse más del 5% de las ocasiones (y, por tanto, ha de tener una probabilidad asociada que supere el 0,05). Unos valores bajos de probabilidad asociada al estadístico inferior o igual al nivel de error (0,05) indicarán que la hipótesis nula no se cumple el número suficiente de ocasiones y por ello deberá rechazarse y aceptar la hipótesis alternativa. Sin embargo, si la probabilidad supera ese valor deberá aceptarse. Ese 5% ($\alpha=,05$) es el límite establecido por consenso en investigación y es el que hemos utilizado en este trabajo.

Una vez descartadas las pruebas paramétricas, realizamos mediante el programa SPSS las pruebas no paramétricas correspondientes: la prueba U de Mann-Whitney para ver las diferencias entre las puntuaciones de dos grupos independientes y la prueba H de Kruskal-Wallis en el caso de tres o más grupos independientes.

A la vista de las pruebas no paramétricas realizadas, podemos decir que no existen diferencias estadísticamente significativas entre la variable que relaciona el porcentaje en el que los encuestados se ven como emprendedores en el futuro y las variables que aparecen en la Tabla 16, tras realizar las pruebas para muestras independientes correspondiente.

Tabla 16

Contrastes no paramétricos en los que no hay evidencia para rechazar la hipótesis nula

VARIABLE	CASOS	PRUEBA	Sig.
Sexo	<ul style="list-style-type: none"> • Hombre • Mujer 	U de Mann-Whitney para muestras independientes	0,681
Acceso a la Universidad	<ul style="list-style-type: none"> • Selectividad • Acceso para mayores de 25 años • Formación Profesional • Otro 	Kruskal-Wallis para muestras independientes	0,283
Voluntariado	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	U de Mann-Whitney para muestras independientes	0,572
Las iniciativas empresariales son importantes en Trabajo Social	<ul style="list-style-type: none"> • Sí, el Trabajo Social es una disciplina que puede moverse en el ámbito privado • A veces, siempre que existan subvenciones al respecto • No, lucrarse con el Trabajo Social no es ético 	Kruskal-Wallis para muestras independientes	0,267
El sector privado puede acabar con el sistema público de Servicios Sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	U de Mann-Whitney para muestras independientes	0,293
¿Ha montado alguna entidad privada?	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	U de Mann-Whitney para muestras independientes	0,131
Iniciativa emprendedora que pondría en práctica	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa • Asociación • Fundación • Cooperativa • Otra 	Kruskal-Wallis para muestras independientes	0,186

Fuente: Elaboración propia.

Pablo Barranco Acosta
Emprendimiento en Trabajo Social

Asimismo, sí podemos decir que existen diferencias estadísticamente significativas entre la variable relativa a en qué porcentaje te ves como emprendedor en el futuro y tres de las variables analizadas: con los cuatros grupos encuestados, en relación a la afirmación sobre si el mercado laboral necesita emprendimientos sociales y si analizamos si tienen un empleo relacionado con el Trabajo Social, como se puede apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 17

Contrastes no paramétricos en los que se rechaza la hipótesis nula

VARIABLE	CASOS	PRUEBA	Sig.
Cuatro grupos	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes • Colegio Oficial de Trabajo Social • Plataforma Estatal de Trabajo Social • Plataforma Andaluza de Trabajo Social 	Kruskal-Wallis para muestras independientes	0,024
El mercado laboral necesita emprendimientos sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Sí, hay espacios para que surjan emprendimientos • Sí, no hay suficientes empresas en el sector • No, el mercado está saturado 	Kruskal-Wallis para muestras independientes	0,003
Empleo relacionado con Trabajo Social	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	U de Mann-Whitney para muestras independientes	0,000

Fuente: Elaboración propia.

Pablo Barranco Acosta
Emprendimiento en Trabajo Social

Vamos a comentar estos tres casos con un mayor detenimiento.

a) En cuanto a la distribución entre las categorías de los cuatro grupos encuestados (estudiantes, egresados pertenecientes al Colegio Oficial de Trabajo Social, egresados de la Plataforma Estatal y de la Plataforma Andaluza), podemos decir que es diferente en función del mayor o menor porcentaje en el que se ven como emprendedores en el futuro. Al realizar la prueba de Kruskal-Wallis para muestras independientes obtenemos un $p\text{-valor} = 0,024$, lo que nos lleva a rechazar la hipótesis nula (no existen diferencias estadísticamente significativas en el emprendimiento en función del colectivo al que pertenecen los encuestados) y a aceptar la hipótesis alternativa.

Para poder apreciar estas diferencias estadísticamente significativas entre las variables, calculamos los principales estadísticos descriptivos (Tabla 18) y representamos gráficamente la relación a través del diagrama de cajas (Gráfica 47):

Tabla 18

Estadísticos descriptivos relativos a la relación entre el emprendimiento en el futuro y los cuatro grupos de la muestra

Cuatro Grupos		Estadístico
Estudiantes	Media	44,49
	Mediana	45,00
	Desviación estándar	26,672
	Coeficiente de variación de Pearson	0,5995
	Rango intercuartílico	43
	Asimetría	-0,041
Colegio Oficial de Trabajo Social	Media	35,00
	Mediana	25,00
	Desviación estándar	26,285
	Coeficiente de variación de Pearson	0,751

Pablo Barranco Acosta
Emprendimiento en Trabajo Social

	Rango intercuartílico	40
	Asimetría	0,592
Plataforma Estatal de Trabajo Social	Media	42,29
	Mediana	45,00
	Desviación estándar	28,996
	Coefficiente de variación de Pearson	0,6856
	Rango intercuartílico	50
	Asimetría	0,266
Plataforma Andaluza de Trabajo Social	Media	50,19
	Mediana	55,00
	Desviación estándar	31,546
	Coefficiente de variación de Pearson	0,6285
	Rango intercuartílico	60
	Asimetría	-0,082

Fuente: Elaboración propia.

Si atendemos al valor de la media, observamos que ésta es mayor en el caso de la Plataforma Andaluza.

En cuanto a la mediana, que es el valor de la distribución que deja a su izquierda el mismo número de frecuencias que a su derecha, vemos que el mayor valor nuevamente lo registra la Plataforma Andaluza (55), seguida de los Estudiantes y la Plataforma Estatal (45) y del Colegio Oficial de Trabajo Social (25).

Para ver qué distribución es más homogénea calculamos el coeficiente de variación de Pearson, que es una medida de dispersión relativa, calculada como el cociente entre la desviación estándar y la media aritmética. Vemos en la tabla anterior que la distribución de los estudiantes es la más homogénea ya que el coeficiente de variación de Pearson es menor

que en el resto de grupos encuestados.

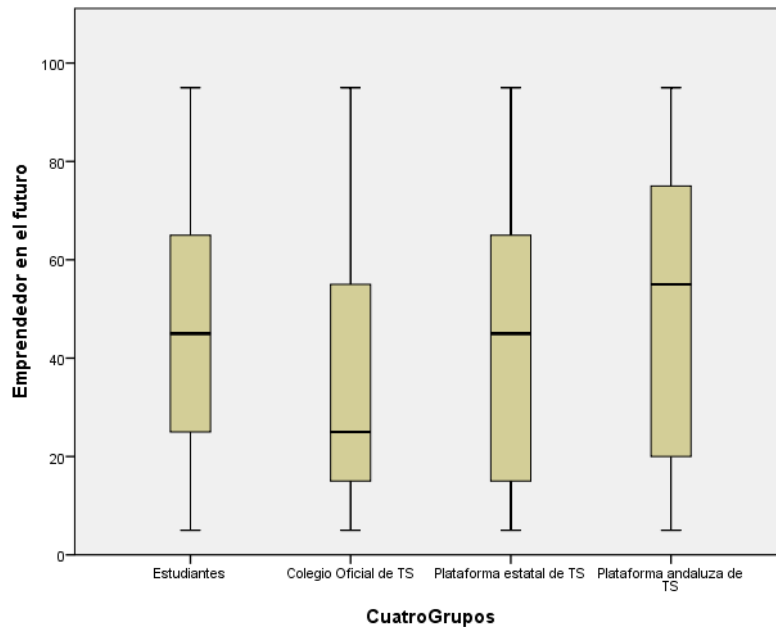
Si atendemos al rango intercuartílico, que concentra el 50% de los valores ordenados de menor a mayor, vemos que el más amplio corresponde a la Plataforma Andaluza.

Por último, en cuanto a la asimetría de las distribuciones vemos que los grupos Estudiantes (-0,041) y Plataforma Andaluza (-0.082) presentan una distribución asimétrica negativa o a la izquierda, lo que implica que alcanzan muchas puntuaciones altas y pocas bajas, lo que nos indica que creen en mayor medida que serán emprendedores en el futuro. En el caso del Colegio Oficial de Trabajo Social (0,592) y de la Plataforma Estatal (0,266) presentan una distribución asimétrica positiva o a la derecha, es decir, registran muchas puntuaciones bajas y pocas altas, por lo que la mayoría no cree que emprenderá en el futuro.

Gráficamente podemos representar la relación entre ambas variables mediante un diagrama de caja (Gráfica 47), y en él podemos ver claramente los aspectos comentados anteriormente, en cuanto a la mediana, la dispersión de los datos y a la asimetría.

Por todo lo anterior, podemos decir que son los integrantes de la Plataforma Andaluza de Trabajo Social encuestados los que se ven como emprendedores en el futuro en un mayor porcentaje.

Gráfica 47. Diagrama de caja de la relación entre emprendimiento y los cuatro grupos encuestados.



Fuente: Elaboración propia.

b) En el caso de la pregunta realizada en relación a si el mercado laboral necesita emprendimientos sociales podemos decir que, al realizar la prueba de Kruskal-Wallis para muestras independientes, obtenemos un p-valor= 0,003, lo que nos lleva a afirmar que existen diferencias estadísticamente significativas en el emprendimiento en función de la respuesta a esta cuestión.

Mediante el análisis de los principales estadísticos descriptivos (Tabla 19) y el diagrama de cajas (Gráfica 48), podemos conocer con más detalle la relación entre estas variables.

Pablo Barranco Acosta
Emprendimiento en Trabajo Social

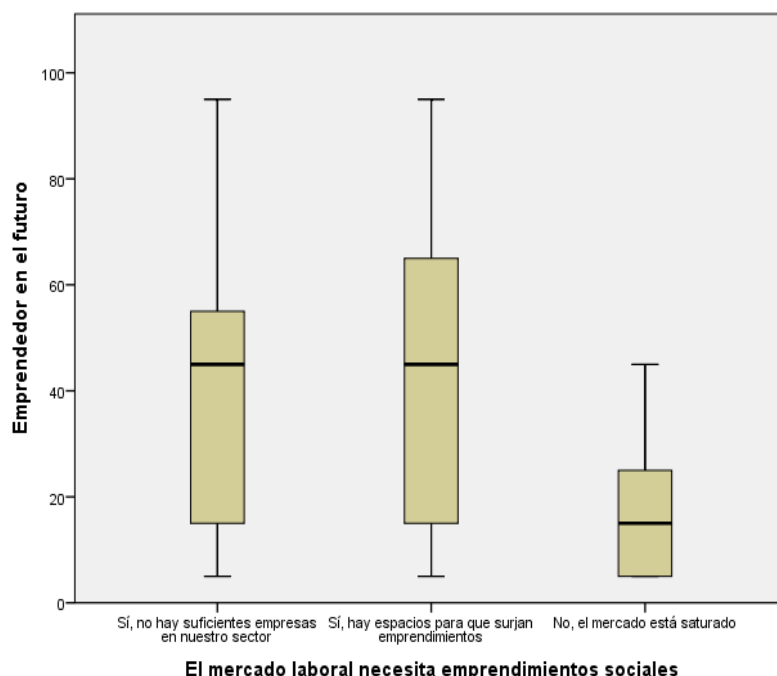
Tabla 19

Estadísticos descriptivos relativos a la relación entre el emprendimiento en el futuro y el mercado laboral

El mercado laboral necesita emprendimientos sociales		Estadístico
Sí, no hay suficientes empresas en nuestro sector	Media	38,61
	Mediana	45,00
	Desviación estándar	26,256
	Coeficiente de variación de Pearson	0,6800
	Rango intercuartílico	40
	Asimetría	0,232
Sí, hay espacios para que surjan emprendimientos	Media	43,31
	Mediana	45,00
	Desviación estándar	28,765
	Coeficiente de variación de Pearson	0,6641
	Rango intercuartílico	50
	Asimetría	0,236
No, el mercado está saturado	Media	15,83
	Mediana	15,00
	Desviación estándar	12,401
	Coeficiente de variación de Pearson	0,7833
	Rango intercuartílico	20
	Asimetría	1,188

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 48. Diagrama de caja de la relación entre el emprendimiento en el futuro y el mercado laboral.



Fuente: Elaboración propia.

Si analizamos el valor de la media alcanzada en cada una de las opciones, podemos observar que éste es mayor en el caso de la respuesta que considera que hay espacios para que surjan emprendimientos (43,31). La representatividad de la media, medida por el coeficiente de variación de Pearson, nos lleva también a concluir que en esta respuesta la distribución es la más homogénea, ya que este coeficiente alcanza el menor valor (0,6641).

En cuanto a la mediana podemos observar en el Diagrama de cajas que alcanza el mismo valor en el caso de las respuestas que sí consideran que el mercado laboral necesita de emprendimientos sociales, siendo muy inferior el valor de la mediana en el caso en el que la respuesta a la pregunta es negativa. Asimismo, observamos que entre los que consideran que emprenderán en el futuro con una mayor probabilidad aparecen los que piensan que existen aún espacios para que surjan emprendimientos sociales, pues alcanzan los valores más altos.

Por lo que se refiere al rango intercuartílico, gráficamente podemos ver que el menor corresponde a la respuesta que considera que el mercado laboral no necesita de

emprendimientos sociales (20) y el mayor a la afirmación que considera que hay espacios para que surjan emprendimientos (50).

En relación a la asimetría de las distribuciones, vemos que en los tres casos presentan una asimetría positiva o a la derecha, lo que se traduce gráficamente en la existencia de muchas puntuaciones bajas y pocas puntuaciones altas, especialmente en el caso de la afirmación negativa.

c) En cuanto a la relación existente entre la probabilidad de convertirse en emprendedor en el futuro y tener en la actualidad un empleo relacionado con los estudios realizados en el ámbito del Trabajo Social, al realizar la prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes, obtuvimos un $p\text{-valor} = 0,000$, lo que nos lleva a rechazar la hipótesis nula y a afirmar que existen diferencias estadísticamente significativas.

Para poder apreciar con un mayor detalle estas diferencias entre las variables, calculamos los principales estadísticos descriptivos (Tabla 20) y representamos gráficamente la relación a través del diagrama de cajas (Gráfica 49).

Si atendemos al valor de la media, podemos observar que la mayor parte de la muestra encuestada no cuenta con un empleo relacionado con sus estudios en Trabajo Social. Este resultado era de esperar ya que 78 encuestados forman parte del colectivo de estudiantes y la mayor parte de ellos no compagina estudios y trabajo. La representatividad de esta media viene refrendada por el valor del coeficiente de variación, que es menor en el caso de la respuesta negativa.

En cuanto al valor de la mediana, y teniendo en cuenta el rango intercuartílico, gráficamente podemos observar que entre los que tienen un empleo relacionado con sus estudios de Trabajo Social, la mayor parte considera que emprenderá en el futuro, aunque situándose este porcentaje entre el 15 y el 55%. Asimismo, observamos que ambos estadísticos descriptivos, presentan valores aún mayores en el caso de la respuesta negativa, considerando el 50% central de la distribución que emprenderá entre el 25 y el 65%. Esto nos hace pensar que el emprendimiento en iniciativas incluidas dentro del ámbito del Trabajo Social tiene recorrido, ya que personas que en la actualidad no tienen un empleo relacionado con los estudios en Trabajo Social, desean y esperan tenerlo mediante la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras.

Pablo Barranco Acosta
Emprendimiento en Trabajo Social

Tabla 20

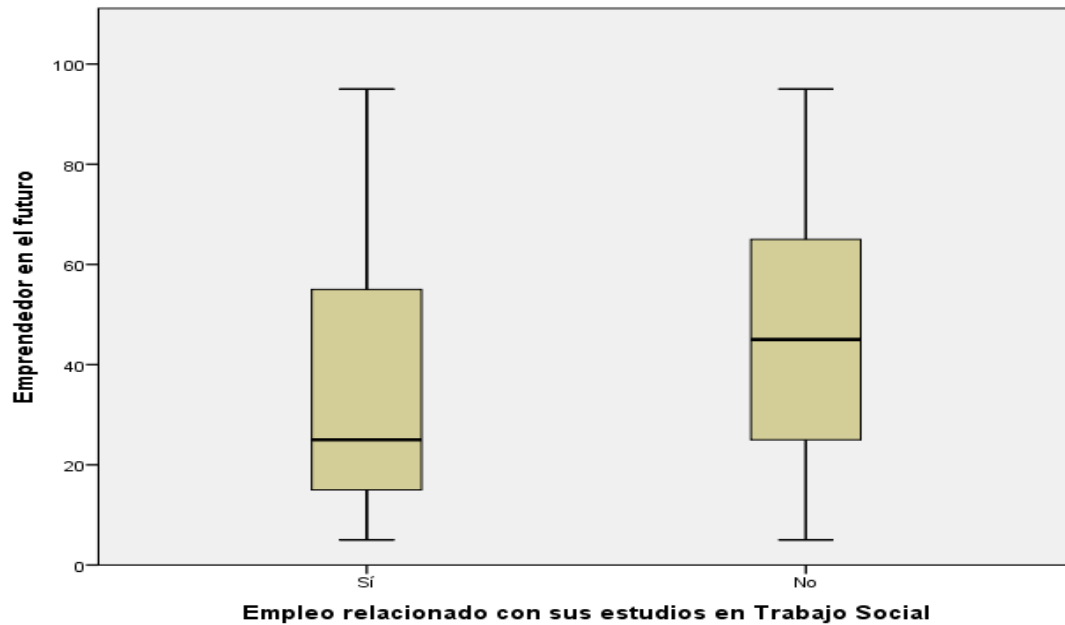
Estadísticos descriptivos relativos a la relación entre el emprendimiento en el futuro y tener empleo relacionado en los estudios en Trabajo Social

Empleo relacionado con sus estudios en Trabajo Social		Estadístico
Sí	Media	34,44
	Mediana	25,00
	Desviación estándar	27,307
	Coefficiente de variación de Pearson	0,7928
	Rango intercuartílico	43
	Asimetría	0,658
No	Media	47,37
	Mediana	45,00
	Desviación estándar	26,800
	Coefficiente de variación de Pearson	0,5657
	Rango intercuartílico	40
	Asimetría	-0,050

Fuente: Elaboración propia.

Por último, en cuanto a la asimetría podemos decir que la distribución es asimétrica positiva o a la derecha (al predominar las puntuaciones bajas) en el caso de la respuesta afirmativa y asimétrica negativa o a la izquierda (con predominio de las puntuaciones altas) en el caso de la respuesta negativa.

Gráfica 49. Diagrama de caja de la relación entre el emprendimiento en el futuro y si el empleo que tienen está relacionado con sus estudios en Trabajo Social.



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES

En este apartado resumimos las principales conclusiones que hemos extraído al realizar esta Tesis Doctoral. Para ello dividimos este capítulo en tres apartados: conclusiones de la investigación, conclusiones personales y conclusiones finales. El porqué de querer hacer esta división de las conclusiones es sencilla: de esta investigación sacamos una valoración tanto a nivel académico como a nivel personal.

5.1. Conclusiones de la investigación

Independientemente de los hallazgos que hemos encontrado de la investigación que nos propusimos para saber qué opinaban los estudiantes al igual que los egresados en Trabajo Social, hemos podido comprobar una serie de datos ajenos al emprendimiento pero que nos parece interesante mostrar.

En primer lugar, queremos resaltar la amplia mayoría de mujeres con respecto a hombres que hay tanto en estudiantes (82,1%) como en la categoría de egresados (87,7%). Aunque hay más hombres estudiantes que egresados (17,9% estudiantes, 12,3% egresados, tendencia que nos puede hacer pensar que en el futuro habrá más Trabajadores Sociales hombres), tenemos que decir que el Trabajo Social lo conforman en una amplia mayoría mujeres.

Con respecto a los egresados, nos ha llamado la atención la falta de formación continua por parte de ellos, ya que solamente el 24,2% siguen estudiando. El dato es sorprendente ya que, en una profesión como es el Trabajo Social donde se necesita estar actualizado a los nuevos retos que nos pone la sociedad o por el simple hecho de querer reciclarse profesionalmente, la tasa de formación continua sea tan baja.

Un dato que nos ha sorprendido, y esta vez de manera positiva, es el alto porcentaje de personas que han realizado o actualmente están realizando voluntariado. En concreto, el 70,4% de todos los encuestados han contestado afirmativamente, dato que nos hace ver la potencia del voluntariado en Trabajo Social.

Por lo que se refiere concretamente al emprendimiento, podemos sacar numerosas conclusiones de esta investigación. En primer lugar, analizaremos si se ha cumplido nuestra hipótesis de investigación:

**Los Trabajadores Sociales no quieren realizar emprendimientos privados o
lucrativos, sino que prefieren trabajar por cuenta ajena**

Para comprobar nuestra hipótesis vamos a tener en cuenta los datos que hemos analizado en el capítulo 4. Por ello, preguntas como ¿En qué porcentaje te ves cómo emprendedor? nos confirman que el 59,9% de los encuestados se ven como emprendedores entre un 0 y un 40%, mientras que el 31,6% se ven en un rango de 40 a 70% y solamente un 8,4% entre un 70-100% de opciones de emprender. Destaca por ello el alto porcentaje que no considera que la opción del emprendimiento sea viable en un futuro.

Otro dato que hace refutar nuestra hipótesis es el hecho de que el 75,8% de los encuestados totales no hayan emprendido en ningún momento, y que solamente el 24,24% sí lo haya hecho alguna vez. Esto nos hace pensar que los trabajadores sociales no priorizan emprender y que, por lo tanto, su vida laboral estará encaminada a buscar trabajo por cuenta ajena. Creemos que es un porcentaje muy bajo para una profesión que necesita emprendimientos y reinventarse para poder adaptarse a las nuevas necesidades de la sociedad.

En todos los datos que hemos obtenido y en todos los análisis que hemos realizado en el apartado dedicado al análisis de los cuestionarios no hay ni un solo resultado que nos haga que ver que los Trabajadores Sociales tengan una gran inquietud por crear una entidad empresarial, pero en cambio, sí hay una visión positiva acerca del emprendimiento.

Esta visión positiva del emprendimiento se ve reflejada en los siguientes datos:

- Cuando les preguntamos sobre la importancia de crear iniciativas empresariales para el crecimiento del Trabajo Social, el 82,5% consideran importante las iniciativas empresariales para el crecimiento de nuestra profesión. Mientras que solamente un 2% piensa lo contrario.
- El 55,9% de todos los encuestados creen que hay espacios suficientes para que surjan emprendimientos relevantes al Trabajo Social. En esa misma pregunta (¿Considera que el mercado laboral actual en Trabajo Social, necesita de emprendimientos sociales?) el 40,1% piensa que no hay empresas suficientes en nuestro sector. Es por ello que con esta pregunta vemos que los Trabajadores Sociales piensan que se pueden crear y hay espacios para que surjan emprendimientos.

- Por último, y para no repetir lo que comentamos en el análisis cualitativo, mostrar que el 75,4% de los encuestados no creen que las iniciativas privadas puedan acabar con el sistema público de Servicios Sociales.

Todas estas respuestas nos hacen ver que hay muy buena opinión y aceptación del emprendimiento y que puede convivir perfectamente con nuestro sistema de Servicios Sociales o el Trabajo Social en el ámbito público. De ahí que extrañe o sorprenda la poca iniciativa de los estudiantes y egresados en Trabajo Social a la hora de sentirse emprendedores.

5.2. Reflexiones del Doctorado

Es difícil empezar un apartado como éste, pues han sido cuatro años muy difíciles en los que el trabajo ha sido muy disperso y discontinuo, pero en el que nunca faltó el apoyo familiar y académico.

Toda investigación tiene un comienzo y el mío lo tiene hace seis años. Cuando concluí la formación en el Máster en Gerontología y Dirección y Gestión de Centros Gerontológicos empecé una búsqueda de trabajo bastante infructuosa, en la que guiado por distintas páginas webs acudí a Centros de Mayores que no existían. Motivado por esa falta de información, me dediqué durante meses a poner en marcha una entidad empresarial que no llegó a buen puerto. En ese momento me di cuenta de que había fallado como emprendedor, que mi aventura fue quizás muy arriesgada, ya que en ningún momento tuve información de cómo crear una entidad. Es complicado crear una actividad económica si previamente no hemos tenido formación, ya sea en ámbitos académicos (cursos, jornadas, estudios universitarios) o haber vivido previamente una experiencia emprendedora desde dentro (negocios familiares, por ejemplo).

Pero, aunque fuera una entidad fallida, la experiencia fue positiva, ya que aprendí que nosotros como Trabajadores Sociales podemos aportar mucho al mundo de las entidades privadas. Es por ello, y después de querer reciclarme como profesional, que decidí estudiar un Máster en Dirección de Empresas para poder aprender algo más acerca del emprendimiento y del mundo empresarial.

Después de terminar dicho Máster en Dirección de Empresas, mi objetivo fue claro: quería estudiar si los Trabajadores Sociales éramos emprendedores, estudio que abordamos esta Tesis Doctoral.

Como he comentado antes, no ha sido fácil. En primer lugar, por la falta de información que hay acerca del Emprendimiento y el Trabajo Social, por lo que pocas investigaciones he encontrado. Pero esa falta de información, o en su defecto, esa dificultad a la hora de hallarla, me motivaba a seguir trabajando, ya que nuestro estudio sería pionero en ese tema.

De esta investigación, saco algo en claro: el Trabajo Social tiene que emprender de forma diferente a otras ramas y no hay una cultura de emprendimiento tan fuerte como otras profesiones, además, somos los trabajadores sociales los que no sabemos, no podemos o no queremos emprender al fin y al cabo. Es por ello que la formación académica es imprescindible para que el emprendimiento cale hondo en nuestra profesión. Esto no quiere decir que no emprendamos, es más, con la finalización de esta investigación y por mi experiencia profesional creo que la figura del trabajador social es muy necesario para crear nuevos modelos de negocio en los que primen objetivos sociales de una forma inicial y además pienso que somos los más idóneos para implantar la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas tradicionales que no fueron creadas con un objetivo social o en crear entidades de Economía Social como puede ser banco del tiempo o moneda social.

Hay un pensamiento extendido (y en nuestra investigación lo hemos podido comprobar) y es que nos tienen que subvencionar el proyecto para poder llevarlo a cabo. Tanto estudiantes como egresados se sienten muy identificados con la frase “Me gustaría crear una entidad sin ánimo de lucro subvencionada” (estudiantes con un 33,3% y egresados con un 20,55%) *Subvencionar*, pero... ¿Cuántas empresas nacen por créditos? No queremos riesgos, no hay enseñanza al riesgo. ¿Qué nos motiva a no querer endeudarnos?:

1. En parte el no saber generar beneficios. Evidentemente no existe una fórmula mágica que nosotros podamos aplicar y tener una empresa que dé sus frutos. Pero hace falta imaginación para poder costear una entidad, imaginación que podemos ver en nuestro día a día de empresas que sobreviven realizando servicios de todo tipo.

2. No confiamos en nosotros. El Trabajo Social es una profesión en la que tenemos que utilizar los recursos de los que disponemos para poder dar solución a las situaciones-problemas de una determinada población. En peores circunstancias trabajamos todos los días.

Esa imaginación podríamos utilizarla sin duda para crear entidades que pudieran subsistir sin tener que ser subvencionadas.

3. Falta una formación específica, tanto a nivel personal como académico, en este aspecto. Salimos de la carrera no formados en emprendimiento, y aunque se está cambiando esa falta de formación en todos los niveles educativos, todavía nos extraña que una persona emprenda.

Pero no quiero ser negativo en mis conclusiones. Las nuevas generaciones de Trabajo Social (en una nuestra investigación podemos decir que son los estudiantes) son mucho más receptivas al emprendimiento que las generaciones anteriores a ellos (en nuestra investigación serían los egresados). Y, sobre todo, lo que más esperanza me da es el auge de internet y de las empresas digitales, por lo que, todavía tenemos mucho margen como disciplina para crecer y mejorar en el ámbito de internet y del big data.

5.3. Conclusiones Finales

Arduo camino ha sido el Doctorado, un camino difícil y complicado, pero a la par bonito. He aprendido mucho sobre Emprendimiento y Trabajo Social, pero sobre todo lo que más he aprendido es a cómo llevar a cabo una investigación. Aunque haya participado con anterioridad en investigaciones y proyectos, éste ha sido nuestro proyecto. He sentido que estaba aportando mi granito de arena al progreso del Trabajo Social. Un trabajo duro sí, ya que he tenido que conciliar vida laboral, familiar y personal con el Doctorado.

Mi deseo es que esta Tesis Doctoral sirva útil y que no quede de exposición en la estantería de un despacho, sino que a quien le pueda interesar la utilice para fines útiles, es más, uno de los principales objetivos que nos marcamos antes de empezar siquiera con la investigación era la utilidad de la misma, y no realizar una Tesis de un tema que ya hubiera sido estudiado con anterioridad.

No entraré a valorar (ya que no es mi cometido) si es una investigación que aporta o no, si tendrá impacto o no, pero si valoraré mi trabajo, el cual me hace sentirme orgulloso de poder decir que conseguí Doctorarme.

CAPÍTULO 6. BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Tributaria (2013): Régimen especial del criterio de carga. Nota informativa. Recuperado de http://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/_Segmentos_/Empresas_y_profesionales/Empresas/IVA/Regimenes_de_tributacion/Regimen_especial_del_criterio_de_caja/Nota_informativa.shtml
- Andalucía (2011). III Pacto andaluz por la economía por la Economía Social Andaluza suscrito por la Junta de Andalucía, la Confederación de entidades para la Economía Social de Andalucía, Comisiones Obreras de Andalucía y la Unión General de Trabajadores. Recuperado de http://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/III_Pacto_Andaluz_por_la_Economia_Social.pdf
- Andalucía. Decreto-Ley 8/2013, de 28 de mayo, de Medidas de Creación de Empleo y Fomento del Emprendimiento. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía de 28 de mayo de 2013*, 105, 30-168.
- Andalucía. Ley 3/2018, de 8 de mayo, Andaluza de Fomento del Emprendimiento. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía de 14 de mayo de 2018*, 91, 12-29.
- Ander-Egg, E. (1980). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires: El Cid.
- Anzola, S. (2005). *De la idea a tu empresa*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Arents, M. (2004). Keys to Successful Performance Management: Getting Past the Excitement of Technology to Achieve Results. *Business Intelligence Journal*, 9(1), 41-48.
- Ayerbe, M. y Larrea, I. (1995). Jóvenes directivos y actitud empresarial. En: *Vida cotidiana y nuevas generaciones: III Jornadas de Sociología, marzo de 1995, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología*, 43-64. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Bacus, A. y Romain, C. (1992). *Creatividad. Cómo desarrollarla*. Barcelona: Paidós.
- Baron, R. (2000). Psychological Perspectives on Entrepreneurship: Cognitive and Social Factor in Entrepreneurs Success. *Current Directions in Psychological Science*, 9(1), 15-18.
- Barrera, E. (2005). *Metodología del Trabajo Social*. Sevilla: Aconcagua.

Capítulo 6. Bibliografía

- Batista, R.M., Fernández-Laviada A., Medina, M.P., Esteban, N.N., Rueda, I. y Sánchez, L. (2015). Educación en Emprendimiento. *Informe GEM España 2014*, 125-145.
- Baumol, W.J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy*, 98(5), 893-921.
- Berlanga, V. y Rubio, M.J. (2012). Clasificación de pruebas no paramétricas. Cómo aplicarlas en SPSS. *REIRE, Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 5(2), 101-113. Recuperado de <http://www.ub.edu/ice/reire.htm>
- Bueno, E. (2007). *Organización de empresas. Estructura, procesos y modelos (2ª ed.)*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Burt, M. (2008). El nuevo campo del emprendedurismo social: teoría y práctica. En: *Desarrollando nuevos emprendimientos. Centro de Formación de la Cooperación Española*. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, 18 y 19 de agosto de 2008.
- Cantillon, R. (1997). *Essai sur la nature du commerce en général*. París: Institut National d'Etudes Démographiques. (Versión original 1775)
- Carton, R. B., Hofer, C.W y Meeks, M.D. (1998). The entrepreneur and entrepreneurship: Operational definitions of their role in society. Annual International Council for Small Business Conference. Singapore.
- Casas, J.M. y Santos, J. (2002). *Introducción a la Estadística para Economía y Administración de Empresas*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.
- Cole, A.R. (1949). Entrepreneurship and entrepreneurial history. En: *Change and the Entrepreneur: Postulates and Pattern for Entrepreneurial History*, 85-96. Cambridge: Harvard University Press, Research Centre in Entrepreneurial History.
- Comisión Europea (2012). Informe Comisión Europa de junio-agosto de 2012: Entrepreneurship in the U.E and Beyond. *Flash Eurobarometer*, 354.
- Comisión Europea (2013). Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europe y al Comité de las Regiones. Plan de Acción sobre Emprendimiento 2020: Relanzar el espíritu emprendedor en Europa. Com (2012) 795 final.
- Comisión Europea (2014). La iniciativa del Emprendimiento Social de la Comisión Europea. Recuperado de

http://ec.europa.eu/internal_market/publications/docs/sbi-brochure/sbi-brochure-web_es.pdf

Consejo General del Trabajo Social (2014). *Informe sobre los Servicios Sociales en España*. Consejo General del Trabajo Social: Madrid.

Covarrubias, I. (2003). Emprendedores y Empresarios: un enfoque institucional, *Revista Contribuciones a la economía*, septiembre. Eumed. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/icm-emp.htm>

Dees, J.G. (1998). Enterprising nonprofits. *Harvard Business Review*, 76(1), 54-67.

Dees, J.G. (2011). El significado del Emprendimiento Social: *Revista Española del Tercer Sector*, 17, 111-121.

Dees, J.G y Anderson, B. (2006). Framing a theory of social entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought. En: *Research on social entrepreneurship: Understanding and contributing to an emerging field. ARNOCA Occasional papers series*, 1(3), 39-66.

Dolabela, F. (2003). *Pedagogía emprendedora*. Sao Paulo: Editora de Cultura Ltda.

Douglas, T.J. y Judge, W.Q. (2001). Total Quality Management implementation and competitive advantage: the role of structural control and exploration. *Academy of Management Journal*, 44, 158-169.

Emerson, J. y Twersky, F. (1996). *New Social Entrepreneurs: The success Challenge, and Lessons of Non-profit Enterprise Creation*. San Francisco: Roberts Foundation.

España. Ley 10/2002, de 23 de diciembre, de Calidad de la Educación. *Boletín Oficial del Estado* de 24 de diciembre de 2002, 307, 45188 a 45220.

España. Ley 14/2013, de 27 de septiembre de apoyo a los emprendedores y su internalización. *Boletín Oficial del Estado* de 28 de septiembre de 2013, 233, 78787- 78882.

España. Real Decreto 126/2014, de 28 de febrero, por el que se establece el currículo básico de la Educación Primaria. *Boletín Oficial del Estado* de 1 de marzo de 2014, 52, 19349-19420.

Filella, J. (1997). La personalidad empresarial. *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, 6, 13-19.

Fisac, R., Moreno, A., Mataix., y Palacios, M. (2011). La empresa social: Revisión

- de conceptos y modelo para el análisis organizativo. *Revista del Tercer Sector*, 7, 41-66.
- Franks, D. (2012). Evaluación del impacto social de los proyectos de recursos. *Mining for Development: Guide to Australian Practice*. Gobierno de Australia: International Mining for Development Centre, Universidad de Queensland y University de Western Australia.
- García, J. y Melián, J. (1993). *Hacia un Nuevo enfoque del trabajo social*. Narcea. Madrid.
- García, A. (2014). *La interpretación de los datos: una introducción a la Estadística aplicada*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Gatica, S., Larenas, J.P., Koljatic, M. y Miranda, P. (2012). *La innovación social en Chile y el del Estado en su desarrollo*. Chile: Escuela de Administración Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Geriatros – SARquavitaе. (2017). *Informe anual de actividades y memoria de Responsabilidad Social SARquavitaе 2016*. Madrid: Geriatros - SARquavitaе.
- Gibb, A. A. (1993). Key factors in the design of policy support for the small and medium enterprise (SME) development process: an overview. *Entrepreneurship y Regional Development*, 5, 1-24.
- González, A. (2003). Los paradigmas de investigación en las Ciencias Sociales. *ISLAS*, 45(138), 125-135.
- González-Monteaгudo, J. (2001). Cuestiones pedagógicas. *Revista de ciencias de la educación*, 15, 227-246.
- Guzmán, A y Trujillo, M.A. (2008). Emprendimiento Social, Revisión de Literatura. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-125.
- Harding, R. (2004). Social Enterprise: The New Economic Engine? *Business Strategy Review*, 15(4), 39-43.
- Hartigan, P. (2006). *It's about people, not profits*. *Business Strategy Review*, 17(4), 42-45.
- Haugh, H. (2006). Social Enterprise: Beyond economic outcomes and individual return. En J. Mair, J. Robinson y K.Hockerts (eds.), *Social entrepreneurship*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Hawkins, K. y Turla, P. (1987). *Compruebe sus dotes de emprendedor*. Bilbao:

Deusto.

Hebert, R.F. y Link, A.N. (2009). *A history of entrepreneurship*. London y New York: Routledge.

Hedman, J. y Kalling, T. (2003). The business model concept: Theoretical underpinnings and empirical illustrations. *European Journal of Information Systems*, 12, 49-59.

Herrera, C.E. y Montoya, A.L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de Vista*, V (7), 7-30.

Irizar, I. (2003). *Cómo crear una empresa*. Barcelona: Gestión 2000.

Jenner, C. (2012). Business Education: Powerful Social Innovation Partners. *Stanford Social Innovation Review*, 27 de Agosto de 2012.

Johnson, M. W., Christensen, C. C., y Kagermann, H. (2008). Reinventing your business model. *Harvard Business Review*, 86(12), 50-59.

Kazmier, L.J. (2004). *Estadística aplicada a Administración y Economía*. México: McGraw-Hill.

Lincoln, Y.S. y Guba, G.C. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills, Sage.

Lupiañez, L., Priede, T. y López-Cózar, C. (2014). El emprendimiento como motor del crecimiento económico. *Boletín Económico de ICE*, 3048, 55-63.

MacInnes, J. (2017). *An Introduction to Secondary Data Analysis with IBM SPSS Statistics*. London: Sage.

Maqueda, J., Olamendi, G. y Parra, F. (2003). *Tu propia empresa: Un reto personal*. Madrid: Editorial ESIC.

Marshall, C. y Rossman, G. B. (1999). *Designing Qualitative Research*. Thousand. Oaks, California: Sage.

Martin, R.L y Osberg, S. (2007): Social entrepreneurship research. A source of explanation, prediction and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.

Martínez, V. (2013). Paradigmas de investigación: Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación. Una visión desde la epistemología dialéctico crítica.

Recuperado de

http://www.pics.uson.mx/wpcontent/uploads/2013/10/7_Paradigmas_de_investigacion_2013.pdf

Mason, J. (1996). *Qualitative Researching*. Londres: Sage.

Melián, A., Campos, V. y Sanchis, J.R. (2011). *Emprendimiento Social y empresas*

- de inserción en España. Aplicación del método delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores. *REVESCO*, 106, 150-172.
- Montero, A. (2006) Selección y nombramiento de Directores de centros Docentes en España. Universidad de Sevilla. Tesis Doctoral Universitario.
- Moreira, P y Urriolagoitia, L. (2011). El Emprendimiento Social. *Revista del Tercer Sector*, 17, 17-40.
- Murphy, P.J. y Coombes, S.M. (2009). A Model of social entrepreneurial Discovery. *Journal of Business Ethics*, 85, 325-336.
- Navarro, E. (2015). Guía para la interpretación de resultados en el contraste de hipótesis estadísticas. Estadística Paramétrica y no Paramétrica. Recuperado de <https://eduktive.wordpress.com/>
- Neck, H., Brush, C. y Allen, E. (2009). The landscape of social entrepreneurship. *Business Horizons*, 52, 13-19.
- Novy-Hildesley, J. (2007). Social Entrepreneurship Yields High Returns. *Far Eastern Economic Review*, 170 (3), 61-63.
- OCDE (2010). *Open for Business: Migrant Entrepreneurship in OCDE countries*. París: OCDE Publishing.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. y Tucci, C. L. (2005). Clarifying Business Models: Origins, Present, and Future of the Concept. *Communications of the Association for Information Systems*, 16, 1-40.
- Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocios*. Barcelona: Planeta.
- Pedreño, J.A. (2017). Reflexiones, sinergias y clarificación sobre nuevos conceptos y modelos: economía social, empresa social, emprendimiento social, economía del bien común, economía solidaria y economía colaborativa. *Revista Española del Tercer Sector*, 35, 45-72.
- Pérez, C. (2008). *Técnicas Estadísticas con SPSS 12. Aplicación al análisis de datos*. Madrid: Pearson Educación.
- Pérez, G. (2004). *Investigación cualitativa, retos e interrogantes. I. Métodos*. Madrid: La Muralla.
- Planellas, M. (2003). *De la idea a la empresa*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Capítulo 6. Bibliografía

- Real Academia Española de la Lengua. (2017). Emprendimiento. En *Diccionario de la lengua española* (Versión electrónica 23.1). Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=Esj9hsT>
- Real Academia Española de la Lengua. (2017). Impacto. En *Diccionario de la lengua española* (Versión electrónica 23.1). Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=Esj9hsT>
- Roberts, D. y Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland Business Review*, 7(1), 45-51.
- Rock, A. (1987). Strategy vs. Tactics from a Venture Capitalist. *Harvard Business School Review*, 65(6), 63-67.
- Rodríguez, C. y Jiménez, M.F. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura. *Innovar*, 15(26), 73-89.
- Roper, J. y Cheney, G. (2005). Leadership, learning and human resource management: the meanings of social entrepreneurship today. *Corporate Governance*, 5(3), 95-104.
- Rubio, A., Aragón A., Nicolás C y Pérez A. (2014). Emprendimiento Social: retos y oportunidades. En *Informe GEM España 2014*, 113-123. España: Editorial de la Universidad de Cantabria.
- Sahlman, W.A. (1996). Some thoughts on business plans. En Sahlman, W.A., Stevenson, H., Roberts, M.J. y A.V. Bhidé (Eds), *The entrepreneurial venture*, 138-176. Boston: Harvard Business School Press.
- Sánchez-Cañizares, S.M. y Rodríguez-Gutiérrez, P., (2015): *Fomento del emprendimiento universitario mediante la innovación docente en la asignatura Creación de Empresas. International Journal of Educational Research and Innovation (IJERI)*, 4, 41-50.
- Santos, F. (2012). Let's get serious about social entrepreneurship: re-thinking strategy and organization theory. *9th NYU social entrepreneurship research conference*, Noviembre 2012.
- Sarasola, J.L. (2005). Necesidades formativas del voluntariado. (Tesis doctoral inédita). Universidad de Sevilla.
- Sarasola, J.L., Malagón, J.L. y Barrera, E. (2010). *Mediación: Elaboración de Proyectos*. Madrid: Tecnos.
- Say, J.B. (1803). *Tratado de Política Económica*. México: Fondo de Cultura

Económica.

- Shaw, E. y Carter, S. (2007). Social entrepreneurship: theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 14(3), 418-43.
- Silverman, D. (2005). Instances or sequences improving the state of the art of qualitative research. *Forum: Qualitative Social Research*, 6(3), 1-16.
- Solé, F., Del Palacio, I. y Areyuna, S. (2007). Emprender o Innovar: ¿Dónde está la diferencia? *Revista de Contabilidad y Dirección*, 6, 121-132.
- Stewart, W. y Roth, P. (2001). Risk taking propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86, 145-53.
- Sullivan, D. (2007). Stimulating Social Entrepreneurship: Can Support From Cities Make a Difference? *Academy of Management Perspectives*, 21(1), 77-78.
- Teece, D.J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43, 172-194.
- Timmers, P. (1998). Business models for electronic markets. *Electronic Markets*, 8(2), 3-8.
- Timmons, J.A. (1994). *New Venture Creation-Entrepreneurship for the 21st Century*. New York: McGraw-Hill.
- Thompson, J. (2002). The world of the social entrepreneur. *The International Journal of Public Sector Management*, 15 (4/5), 412-43.
- Univero formula, s.f. *Diagrama de Cajas*. España. Recuperado de <http://www.universoformulas.com/estadistica/descriptiva/diagrama-caja/>
- Uribe, J. y de Pablo, J. (2011). Revisando el Emprendedurismo. *Boletín económico de ICE*, 3021, 53-62.
- Van der Vrande, V., Vanhaverbeke, W. y Lemmens, C. (2006). Choosing Governance Modes for External Technology Sourcing. *RyD Management*, 36(3), 347-363.
- Vanclay, F. (2002). Conceptualising social impacts. *Environmental Impact Assessment Review*, 22(3), 183-211.
- Vasilachis de Gialdino, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.
- Veciana, J.M. (1999). Creación de Empresas como programa de investigación Científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 11-

36.

- Verdoy, J.P., Beltrán, M.J. y Peris, M.J. (2015). *Problemas resueltos de Estadística aplicada a las Ciencias Sociales*. Castellón de la Plana: Publicaciones de la Universitat Jaume I.
- Wallace, S. (1999). Social entrepreneurship: The role of social purpose enterprises in facilitating community economic development. *Journal of Development a Entrepreneurship*, 4(2), 153-174.
- Weenekers, A.R.M. y Thurik, A. R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 13, 27-55.
- Wompner, F.H. (2012): El emprendimiento como factor de movilización social. *Nómadas, Revista crítica de Ciencias Sociales*, 36, 1-6.
- Yunus, M. (2008). *Creating a world without poverty: Social and the future of capitalism*. New York: Public Affairs Books.
- Zahra, S., Gedajlovic, E., Neubaum, D. y Shulman, J.M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24, 519-532.
- Zott, C., Amit, R. y Massa, L. (2011). The Business Model: Recent Developments and Future Research. *Journal of Management*, 37(4), 1019-1042.

CAPÍTULO 7. ANEXOS

Anexo I: Formulario enviado a Estudiantes en Trabajo Social

Edad:

- Menor de 20
- 20-25
- 26-30
- 30-35
- Mayor de 35

Sexo: • Mujer • Hombre

¿Cómo accedió a la universidad?

- Bachillerato
- Formación Profesional
- Acceso mayores de 25 años
- Acceso mayores de 45 años
- Deportista de élite
- Otros (Especificar): _____

¿Curso actual?

- Primero
- Segundo
- Tercero
- Cuarto
- Máster

¿En qué Universidad está cursando sus estudios de Trabajo Social?

¿Eres voluntario actualmente o has sido voluntario alguna vez en materia relacionada con el Trabajo Social, Servicios Sociales o Política Social?

- No
- Sí

Si ha contestado afirmativamente a la pregunta anterior, especifique el sector:

- Adolescentes
- Género
- Diversidad Funcional
- Minorías Étnicas
- Inmigración
- Servicios Sociales
- Personas Mayores
- Toxicomanía
- Personas sin hogar
- Otros (Especificar): _____

Si ha contestado afirmativamente a la pregunta anterior, especifique las horas semanales que dedicaba:

- 1 a 3h
- 3 a 5h
- 5 a 10h
- +10h

¿Tiene empleo relacionado con sus estudios en Trabajo Social?

- Sí
- No

Si ha contestado afirmativamente a la pregunta anterior, especifique el ámbito:

- Administración Pública
- Tercer Sector
- Libre ejercicio de la profesión
- Emprendedor
- Otros (Especificar): _____

¿Considera que crear iniciativas empresariales en Trabajo Social, es importante para el crecimiento de su profesión?

- Sí, el Trabajo Social es una disciplina que puede moverse en el ámbito privado
- No, lucrarse con el Trabajo Social no es ético
- A veces, siempre que existan subvenciones al respecto

¿Considera que el mercado laboral actual en Trabajo Social, necesita de emprendimientos sociales?

- Sí, no hay suficientes empresas en nuestro sector
- Sí, hay espacios para que surjan emprendimientos
- No, el mercado está saturado.

¿Piensa que el sector privado podría acabar con el sistema de público de Servicios Sociales?

- Sí
- No

¿Por qué?

¿Ha montado alguna vez una entidad privada (ya sea empresa, asociación, fundación, etc.)?

- Sí
- No

¿En qué porcentaje te ves como emprendedor en el futuro?

- 0-10%
- 10-20%
- 20-30%
- 30-40%
- 40-50%
- 50-60%
- 60-70%

- 70-80%
- 80-90%
- 90-100%

Ordene de <u>mayor a menor importancia</u> (del 1 al 5, siendo 1 lo más importante y 5 lo <u>menos</u>) los siguientes conocimientos y habilidades que necesite un Trabajador Social a la hora de emprender	
Creatividad	
Empatía	
Formación Empresarial	
Conocimiento de la oferta existente en el sector	
Conocimiento de subvenciones y ayudas	

Si decidiera poner en práctica una iniciativa emprendedora sería una:

- Empresa (S.A; S.L; S.C., etc.)
- Asociación (ONG)
- Fundación
- Cooperativa
- Otra (Especifique): _____

Valora en una escala de a 1 a 5 las siguientes frases, <u>siendo 1 no me siento nada identificado, y 5 me siento muy identificado</u>	1	2	3	4	5
No se pueden tener empresas de Trabajo Social, ya que el servicio a los usuarios tiene que ser gratuito					
Estoy de acuerdo con las privadas/asociativas, pero no voy a emprender					
Me gustaría crear una entidad sin ánimo de lucro en el que los costes sean asumidos por la administración pública					

Capítulo 7. Anexos

Con toda probabilidad creare y dirigiré mi propia empresa.					
El Emprendimiento Social es una actividad que añade valor a mi profesión y que está encaminada al éxito.					

Anexo II : Formulario enviado a Egresados en Trabajo Social

Edad:

- 21-26
- 27-32
- 33-38
- 39-44
- 45-50
- Mayor de 50

Sexo: • Mujer • Hombre

¿Cómo accedió a la universidad?

- Bachillerato
- Formación Profesional
- Acceso mayores de 25 años
- Acceso mayores de 45 años
- Deportista de élite
- Otros (Especificar): _____

¿Está estudiando actualmente?

- No
- Sí. Especificar:

¿Eres voluntario actualmente o has sido voluntario alguna vez en materia relacionada con el Trabajo Social, Servicios Sociales o Política Social?

- No
- Sí

Si ha contestado afirmativamente a la pregunta anterior, especifique el sector:

- Adolescentes
- Género

- Diversidad Funcional
- Minorías Étnicas
- Inmigración
- Servicios Sociales
- Personas Mayores
- Toxicomanía
- Personas sin hogar
- Otros (Especificar): _____

Si ha contestado afirmativamente a la pregunta anterior, especifique las horas semanales que dedicaba:

- 1 a 3h
- 3 a 5h
- 5 a 10h
- +10h

¿Tiene empleo relacionado con sus estudios en Trabajo Social?

- Sí
- No

Si ha contestado afirmativamente a la pregunta anterior, especifique el ámbito:

- Administración Pública
- Tercer Sector
- Libre ejercicio de la profesión
- Emprendedor
- Otros (Especificar): _____

¿Considera que crear iniciativas empresariales en Trabajo Social, es importante para el crecimiento de su profesión?

- Sí, el Trabajo Social es una disciplina que puede moverse en el ámbito privado
- No, lucrarse con el Trabajo Social no es ético
- A veces, siempre que existan subvenciones al respecto

¿Considera que el mercado laboral actual en Trabajo Social, necesita de emprendimientos sociales?

- Sí, no hay suficientes empresas en nuestro sector
- Sí, hay espacios para que surjan emprendimientos
- No, el mercado está saturado.

¿Piensa que el sector privado podría acabar con el sistema de público de Servicios Sociales?

- Sí
- No

¿Por qué?

¿Ha montado alguna vez una entidad privada (ya sea empresa, asociación, fundación, etc.)?

- Sí
- No

¿En qué porcentaje te ves como emprendedor en el futuro?

- 0-10%
- 10-20%
- 20-30%
- 30-40%
- 40-50%
- 50-60%
- 60-70%
- 70-80%
- 80-90%
- 90-100%

Ordene de <u>mayor a menor importancia</u> (del 1 al 5, siendo 1 lo más importante y 5 lo <u>menos</u>) los siguientes conocimientos y habilidades que necesite un Trabajador Social a la hora de emprender	
Creatividad	
Empatía	
Formación Empresarial	
Conocimiento de la oferta existente en el sector	
Conocimiento de subvenciones y ayudas	

Si decidiera poner en práctica una iniciativa emprendedora sería una:

- Empresa (S.A; S.L; S.C etc.)
- Asociación (ONG)
- Fundación
- Cooperativa
- Otra (Especifique): _____

Valora en una escala de a 1 a 5 las siguientes frases, <u>siendo 1 no me siento nada identificado, y 5 me siento muy identificado</u>	1	2	3	4	5
No se pueden tener empresas de Trabajo Social, ya que el servicio a los usuarios tiene que ser gratuito					
Estoy de acuerdo con las privadas/asociativas, pero no voy a emprender					
Me gustaría crear una entidad sin ánimo de lucro en el que los costes sean asumidos por la administración pública					
Con toda probabilidad creare y dirigiré mi propia empresa.					
El Emprendimiento Social es una actividad que añade valor a mi profesión y que está encaminada al éxito.					

Anexo III. Opiniones de los encuestados a la pregunta: ¿Piensa que el sector privado podría acabar con el sistema de público de Servicios Sociales?

No:

1. Muchos recursos son públicos y el peso del funcionariado joven en la administración hará que al menos en 30 años sigamos con un sistema público unido al mixto.
2. El objetivo es compartir y conocer actividades, proyectos y propuestas que pueden ser compartidas mediante convenios, creando redes y oportunidades de colaboración.
3. Porque hay cabida para todos y trabajando de forma coordinada se puede sacar mucho más potencial de todo y de todos.
4. No lo vería factible pues el sector público, aun sufriendo limitaciones y recortes, posee su espacio propio.
5. El sector privado deberá ser una aportación al abanico de opciones, pero nunca debería sustituir al sistema público.
6. Son compatibles.
7. No, si todo se hace desde una actuación racional.
8. Puede que el sector privado aumente en los próximos años, pero nunca va a terminar con el sistema público, el estado tiene que asumir un mínimo de competencias.
9. Podría complementarse y atender a más necesidades de la población e incluso podríamos renovar nuestra profesión y no enfocarnos únicamente a la exclusión, si no llegar también a la población de clase media y alta, pues somos profesionales que trabajamos en la búsqueda de recursos y resolución de conflictos indiferente de que clases sociales necesiten nuestros servicios.
10. La población en cualquier municipio es bastante amplia y con necesidades tan diferentes que el hecho de que existan iniciativas privadas que complementen las prestaciones de los SS.SS. Sean suficientes para que se saturen por superávit de recursos.
11. Todo depende de la forma en la que se realicen los procesos. Hay suficiente

mercado para que convivan el ámbito privado con el público, pero no debe confundirse con la externalización de los servicios públicos a empresas privadas. Por otro lado, sí debe de existir esa externalización debería de ser a empresas que tengan un alto nivel ético en su trabajo y donde la prioridad no sea el beneficio propio, para ello debería de existir más instrumentos y medidas de evaluación.

12. Pueden ser compatibles en el mercado.
13. Puede equilibrarse.
14. Porque hay cabida para ambos.
15. Lo público precisa de lo privado.
16. Puede ser, pero los Servicios Sociales deben ser públicos y universales al constituir un pilar básico del estado de bienestar, al que debemos seguir aspirando
17. Porque nuestro ámbito de actuación se mueve entre las competencias adquiridas por las distintas administraciones públicas en la protección de menores, mayores, mujer, dependientes... En el marco de un Estado de Bienestar, el sector privado es complementario a nuestro sistema público de Servicios Sociales.
18. Porque hay clientes para cada sector. Porque los servicios privados pueden ser complementarios.
19. Porque hay necesidades que la administración no cubre.
20. Son necesarios los servicios públicos para poder atender a todos los sectores, pero esto no es incompatible con los servicios privados.
21. Porque no es incompatible la coexistencia de ambas.
22. Porque veo el desarrollo del trabajo social a nivel privado en ámbitos muy especializados, que amplíen el sistema público, no que acabe con él.
23. Si cubriera otros servicios que el sector público no cubriera.
24. Principalmente por las características de la mayoría de usuarios a los que se atienden desde el ámbito público.
25. Lo público está avalado por una legislación, y forma parte de un estado de derecho que tiene que garantizar la cobertura de servicios básicos, entre ellos los Servicios sociales.
26. Su función es de complementariedad siempre que esté bien regulado e interés de trabajar conjuntamente.
27. El sector privado, por sí mismo, es insuficiente. Puede cubrir una parte de las

necesidades de la población susceptible de ello, pero no íntegramente. Incluso el sector privado en otras actividades donde existe retorno económico (por seguridad social, impuestos, etc.) No logra dicho objetivo.

28. Las leyes y la responsabilidad pública lo impedirán. Creo que con una buena reorganización en las políticas sociales tienen cabida tanto el sector público como el privado.
29. No debería. La constitución lo reconoce y habría pues que hacer una reforma para que los poderes públicos se desentendiesen de ellos.
30. Además, no serían si ánimo de lucro.
31. Siempre tendrá que existir el compromiso de las instituciones con la ciudadanía, lo que ocurre es que el sector privado debe estar pendiente de las necesidades que los servicios sociales no cubren y dar respuesta a estas necesidades a través de profesionales de manera puntual hasta que la administración retome el apoyo al ciudadano, de manera que estas necesidades siempre estén cubiertas.
32. Pasaría igual que con la Seguridad Social.
33. Lo considero una alternativa al sistema público y complemento al mismo.
34. Porque cada sector tiene su tipo de usuarios.
35. Pienso que ambos pueden desarrollarse conjuntamente.
36. Porque son complementarios.
37. Las iniciativas privadas pueden complementar, que no suplir, en ningún caso al sistema público de Servicios Sociales. Además, el Trabajo Social puede desarrollar iniciativas que no contempla dicho sistema.
38. Porque los servicios públicos son insuficientes en la actualidad y porque también pueden crearse servicios complementarios.
39. Todo el espacio de servicios sociales no puede cubrirse con el sistema público.
40. Acabar creo que no es la palabra. Pero sí que existe el riesgo de que asuma un mayor papel en las políticas sociales en detrimento del sector público. En mi opinión no deberían ser incompatibles, pero, y eso que trabajo en el sector privado, los servicios y recursos públicos deberían estar garantizados por el Estado para todos los ciudadanos.
41. Son cuestiones diferentes.
42. Porque necesariamente estamos en un sistema mixto complementario.

43. Pueden ser compatibles.
44. Considero que pueden coexistir ambas, existiendo un complemento en el uso de ciertos Servicios.
45. Considero que el sistema público de servicios sociales esta afianzado, aunque tiene que mejorar y evolucionar. Pero es imprescindible. Se puede complementar con iniciativas privadas, jamás sustituirlo.
46. Porque es obligación del estado.
47. Hay población que tiene capacidad para abonar ciertos servicios.
48. La situación de la Administración Pública, es compleja para la gestión de servicios y recursos.
49. Si podría acabar, pero espero que los gobiernos no lo permitan, porque, desde mi punto de vista, sería algo muy negativo para la sociedad y haría que las desigualdades aumentaran muy considerablemente. Así que no creo que lo privado sustituya a lo público, pero como hemos visto en otras comunidades, las privatizaciones se han producido y han generado mucho “malestar”.
50. Eso es el miedo de los profesionales que tienen trabajo en nuestro sector, pero una cosa no lleva a la otra.
51. No porque se pueden complementar. El sector público debe garantizar los servicios públicos a los que tienen derecho y el sector privado puede también ofrecer ofertas de servicios a la población en muchas áreas a las que no puede llegar el sector público. Es compatible y necesario.
52. Porque puede dar respuesta tanto a personas sin recursos económicos como a las que sí tienen.
53. Realmente me parece complicado responder a la cuestión con un “sí” o un “no”. Me oriento más hacia el no, al pensar que, tristemente, en muchas ocasiones los servicios sociales públicos sirven de instrumento para conseguir objetivos políticos y se hace necesario mantenerlos.
54. Hay independencia en la titularidad de la responsabilidad y a la vez la iniciativa privada puede ser complementaria a la potestad administrativa.
55. Porque hay servicios que en el sector privado tienen difícil acceso por la cantidad de personas que quieren entrar a él. Y en muchas poblaciones esos recursos públicos no llegan.

56. Porque es necesario que el estado siga velando por aquellos ámbitos más desfavorecidos. Sabemos que nuestra profesión no es algo que nos hará ricos por tanto hay sectores que pueden verse desamparados al "no interesar" económicamente hablando; por ello el estado debe salvaguardar esos colectivos que puedan quedar sin atender.
57. Siempre que fuesen encaminadas áreas especializadas.
58. Entiendo que no cubren los mismos campos ni por lo privado se abordan las mismas situaciones.
59. Creo que más bien debe enfocarse como apoyo al sistema público de servicios sociales, ya que son insuficientes (bajo mi parecer), debería plantearse como algo parecido a entidades colaboradoras.
60. El servicio privado va atender a un público distinto, que también necesita la intervención del trabajador social.
61. Por la situación económica actual.
62. Si existen convenios entre y/o acuerdos entre administración pública y empresa privada que garantice unas buenas prácticas en el ejercicio de los servicios.
63. Pero si considero que el sector público es insuficiente para la ratio de personas que hay por Zona de Trabajo Social y los servicios deberían tener mayor agilidad y rapidez para solventar las necesidades de las personas que acuden a esos servicios.
64. Porque se pueden ocupar ambos sectores sin que suponga una amenaza para los servicios sociales públicos.
65. Pueden convivir y trabajar conjuntamente.
66. Porque hay aspectos y parcelas de Servicios Sociales, importantísimos, que nunca deberían estar en manos privadas, deben permanecer en el sector público. No considero positiva la privatización de Servicios Sociales casi nunca.
67. Hay espacio y necesidades para los dos.
68. Porque sería una parte minoritaria dentro de la profesión ya que la mayor parte sería un derecho del ciudadano como la educación o la sanidad que el gobierno tendría que prestar.
69. Si atiende necesidades específicas q los servicios públicos no debe es competencia cubrir. Siempre y cuando pueda existir alternativas de acceso a esos recursos de

la población con situación de necesidad.

70. Son complementarios.
71. Porque el Estado nos debe asegurar unos Servicios Sociales de calidad y pienso que esto puede ser perfectamente compatible con la empresa privada en nuestro sector.
72. Puede compaginarse ambos ámbitos y mejorar el servicio que se esté prestando.
73. Pienso que pueden ser compatibles. Hoy día las personas tenemos muchas necesidades y dificultades que pueden trabajarse a través de nuestra profesión.
74. No es incompatible la responsabilidad pública con la organización de determinados servicios de forma privada.
75. Es necesario el sistema público.
76. Porque son costosos los gastos los cuales sería complicado para sufragar, siempre tendría que haber concesiones públicas.
77. Porque como en otros sectores, hay usuarios para ambos sistemas, no todos pueden acceder a servicios privados y el sistema público en ocasiones no cubre todas las necesidades.
78. Se deben garantizar servicios públicos básicos y gratuitos, pero se pueden desarrollar también servicios privados dirigidos tanto a particulares como a Empresas y Administraciones.
79. Hay mercado diferenciado para que se sostenga un modelo mixto.
80. Es compatible ambos sistemas.
81. Porque podrían completarse no suplir. Habría más recursos para los más necesitados.
82. Cada ámbito tiene su espacio y es necesario tener unos Servicios Sociales públicos de calidad.
83. Creo el sector privado no puede dar solución a todas las necesidades que hay y el Sistema público de Servicios Sociales dependen más de cuestiones política, ideológicas o electoralistas que de las necesidades reales.
84. Porque existiendo la demanda social, sería una ventaja poder trabajar conjuntamente con el sistema público y así poder abarcar todas las necesidades existentes.
85. Por las mismas razones por las que la medicina privada no ha acabado con la

- pública, por ejemplo. Entiendo que no son incompatibles los sectores públicos y privado, aunque en Servicios Sociales es necesario reforzar la estructura pública de los mismos, desarrollando normativamente el derecho universal a los mismos.
86. No tiene por qué cubrir al sistema público de servicios sociales.
 87. Los servicios sociales ayudan a un sector de la población que privatizándolos no podrían acceder, por lo que distintas problemáticas no se podrían solventar. Deben de complementarse.
 88. Siempre puede y debe haber equilibrio.
 89. Las personas que acuden a los servicios sociales públicos no tienen ingresos para acudir al sector privado
 90. Porque aun confío en la política de este país.
 91. Siempre tendremos clientes que no puedan acceder a lo privado.
 92. Porque la administración pública es necesaria.
 93. No creo que pueda acabar con él, aunque sí gestionarlo.
 94. Hay posibilidades de trabajo desde los dos ámbitos.
 95. Creo que podrían cumplimentarse como se realiza con otras profesiones.
 96. No, trabajo en una entidad privada sin ánimo de lucro.
 97. Lo que entiendo bien que pudiendo crear más trabajo sin ánimo de lucro, se ofrezca el mismo servicio de manera remunerada directamente al usuario/cliente.
 98. Puede que se el sistema público se reduzca/minimice, pero no desaparecer.
 99. No es incompatible.
 100. Porque es el estado el que tiene que garantizar el bienestar social de sus ciudadanos y el ámbito privado solo debe ser un complemento.
 101. Porque el sector privado debe y puede complementar al servicio público.
 102. Con lo público es bastante difícil que se acabe.
 103. Creo que pueden coexistir gabinetes privados y empresas privadas con el sector público sin que éste tenga que desaparecer ni como servicio ni como derecho para la ciudadanía.
 104. Porque los Servicios Sociales con universales y los privados no.
 105. Porque los Trabajadores Sociales nos tenemos que reformular al igual que los servicios.
 106. Porque un sector privado no siempre es accesible para toda la población.

107. Porque no es una cuestión de que existan o no empresas es una cuestión política
108. No, ambos pueden complementarse, como es el caso del sistema sanitario.
109. Hay suficiente demanda para los dos sectores y más con la reducción de servicios por la crisis.
110. En un Estado de Bienestar las empresas privadas no deberían sustituir a los servicios públicos.

Sí:

1. Actualmente duplican servicios de la Administración Pública. Ejemplo: Cruz Roja.
2. Cada vez más existe privatizaciones y por ende, recortes en ayudas para las personas en situación de dificultad social.
3. Creo que son compatibles siempre que se dé a cada uno su lugar, y haya seguimiento constante por medio de las administraciones públicas.
4. El sistema actual (mal) vive de las subvenciones públicas. La administración desea (independientemente de su color, de una forma más o menos explícita) liberarse económicamente del peso que supone un área que no le revierte beneficio económico a corto y medio plazo.
5. En función de las políticas establecidas.
6. Es necesaria regular que se ha de privatizar en su totalidad y que no, los límites han de estar claros.
7. Podría acabar si se privatizan sin control los servicios públicos y hay intrusismo profesional, si hay buena coordinación entre el sector público y privado, sabiendo cuales son las funciones y competencias de cada profesional y respetando las mismas, no tiene por qué haber peligro.
8. Por intereses económicos.
9. Por la coyuntura social, política y económica actual.
10. Por la dinámica de privatización de los servicios en general en los diversos sectores y los intereses políticos que hay detrás de las privatizaciones, alejando lo público.
11. Por la externalización y privatización.

12. Por la falta de inversión en el sistema público y dejación de funciones de poderes públicos hacia el mercado.
13. Por la privatización de todos los recursos existentes.
14. Por las sucesivas políticas de recortes del sistema público llevadas a cabo por la clase política que nos gobierna y que se relaciona directamente con la banca, con la empresa privada y con los intereses de éstos en detrimento de los derechos públicos.
15. Por los intereses político-económicos.
16. Porque bien administrado igual de forma privada da más rendimiento que públicos.
17. Porque es más barato para la administración contratar los servicios que mantenerlos, además la atención en materia de servicios sociales es un derecho.
18. Porque los servicios públicos son cada vez más escasos, pero en nuestro sector son imprescindibles.
19. Porque no consigue atender las demandas existentes con la brevedad que requieren y hay muchos vacíos y mala planificación de los recursos.
20. Si se regula adecuadamente y no como privatizaciones encubiertas.
21. Supone abaratar costes al servicio prestado, gracias entre otras cosas a ofrecer a los trabajadores sociales muy malas condiciones laborales.

Anexo IV. Estadísticos descriptivos y pruebas de normalidad tomando la marca de clase de la variable en qué porcentaje te ves como emprendedor en el futuro

1. Sexo.

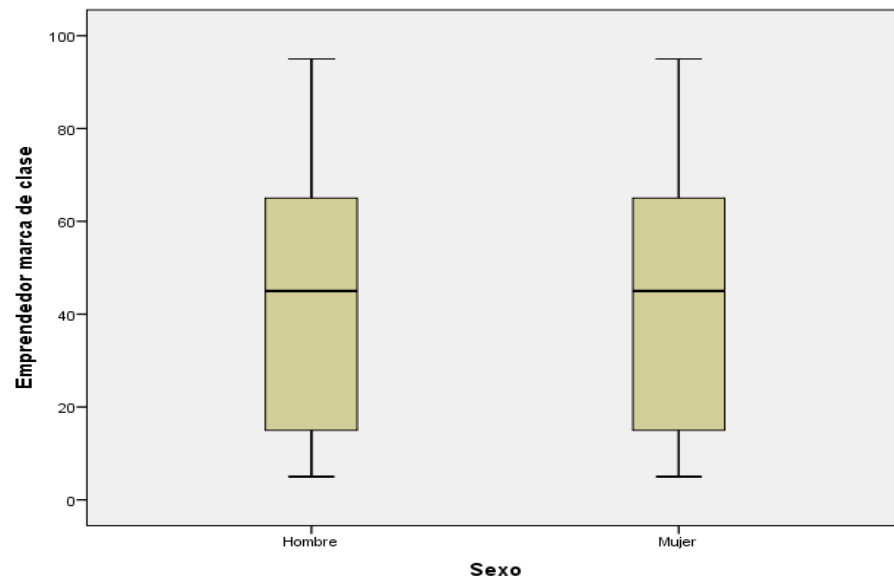
Resumen de procesamiento de casos							
	Sexo	Casos					
		Válido		Perdidos		Total	
		N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Emprendedor marca de clase	Hombre	41	100,0%	0	0,0%	41	100,0%
	Mujer	256	100,0%	0	0,0%	256	100,0%

Descriptivos				
	Sexo		Estadístico	Error estándar
Emprendedor marca de clase	Hombre	Media	39,63	4,764
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	30,01
			Límite superior	49,26
		Media recortada al 5%	38,48	
		Mediana	45,00	
		Varianza	930,488	
		Desviación estándar	30,504	
		Mínimo	5	
		Máximo	95	
		Rango	90	

Capítulo 7. Anexos

		Rango intercuartil		50	
		Asimetría		,412	,369
		Curtosis		-1,126	,724
	Mujer	Media		40,43	1,712
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	37,06	
			Límite superior	43,80	
		Media recortada al 5%		39,37	
		Mediana		45,00	
		Varianza		750,403	
		Desviación estándar		27,393	
		Mínimo		5	
		Máximo		95	
		Rango		90	
		Rango intercuartil		50	
		Asimetría		,289	,152
		Curtosis		-1,085	,303

Pruebas de normalidad							
	Sexo	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Emprendedor marca de clase	Hombre	,205	41	,000	,884	41	,001
	Mujer	,190	256	,000	,919	256	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors							



2. Acceso a la Universidad.

Resumen de procesamiento de casos							
	Acceso a la universidad	Casos					
		Válido		Perdidos		Total	
		N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Emprendedor marca de clase	Selectividad	236	100,0%	0	0,0%	236	100,0%
	Acceso mayores de 25 años	20	100,0%	0	0,0%	20	100,0%
	Formación Profesional	33	100,0%	0	0,0%	33	100,0%
	Otro	8	100,0%	0	0,0%	8	100,0%

Descriptivos				
	Acceso a la universidad		Estadístico	Error estándar
Emprendedor marca de clase	Selectividad	Media	40,97	1,800
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	37,43
			Límite superior	44,52
		Media recortada al 5%	39,97	
		Mediana	45,00	
		Varianza	764,578	
		Desviación estándar	27,651	
		Mínimo	5	
		Máximo	95	
		Rango	90	

Capítulo 7. Anexos

		Rango intercuartil		50	
		Asimetría		,244	,158
		Curtosis		-1,132	,316
	Acceso mayores de 25 años	Media		42,50	6,878
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	28,10	
			Límite superior	56,90	
		Media recortada al 5%		41,67	
		Mediana		35,00	
		Varianza		946,053	
		Desviación estándar		30,758	
		Mínimo		5	
		Máximo		95	
		Rango		90	
		Rango intercuartil		50	
		Asimetría		,575	,512
		Curtosis		-1,066	,992
	Formación Profesional	Media		38,64	4,920
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	28,61	
			Límite superior	48,66	
		Media recortada al 5%		37,37	
		Mediana		45,00	
		Varianza		798,864	
		Desviación estándar		28,264	
		Mínimo		5	

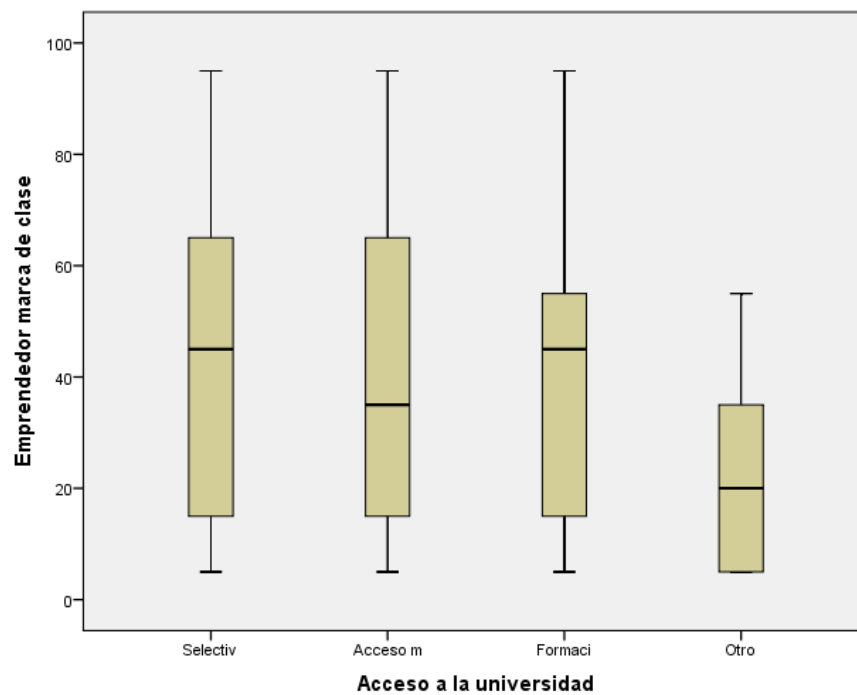
Capítulo 7. Anexos

		Máximo		95	
		Rango		90	
		Rango intercuartil		45	
		Asimetría		,382	,409
		Curtosis		-,969	,798
	Otro	Media		22,50	6,748
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	6,54	
			Límite superior	38,46	
		Media recortada al 5%		21,67	
		Mediana		20,00	
		Varianza		364,286	
		Desviación estándar		19,086	
		Mínimo		5	
		Máximo		55	
		Rango		50	
		Rango intercuartil		35	
		Asimetría		,801	,752
		Curtosis		-,620	1,481

Pruebas de normalidad							
	Acceso a la universidad	Kolmogorov- Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Emprendedor marca de clase	Selectividad	,184	236	,000	,919	236	,000
	Acceso mayores de 25 años	,215	20	,016	,862	20	,008

Capítulo 7. Anexos

	Formación Profesional	,170	33	,016	,907	33	,008
	Otro	,198	8	,200*	,865	8	,135
*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.							
a. Corrección de significación de Lilliefors							



3. Voluntariado.

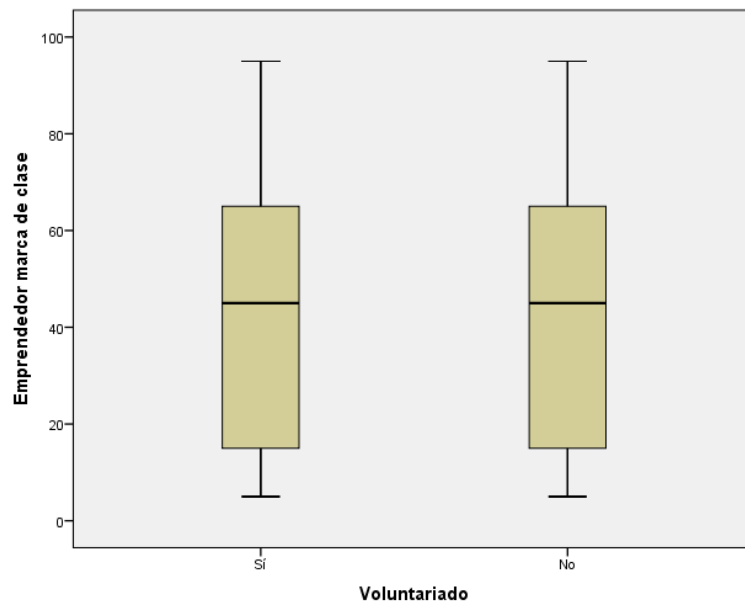
Resumen de procesamiento de casos							
	Voluntariado	Casos					
		Válido		Perdidos		Total	
		N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Emprendedor marca de clase	Sí	209	100,0%	0	0,0%	209	100,0%
	No	88	100,0%	0	0,0%	88	100,0%

Descriptivos				
	Voluntariado		Estadístico	Error estándar
Emprendedor marca de clase	Sí	Media	39,69	1,929
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	35,89
			Límite superior	43,49
		Media recortada al 5%		38,54
		Mediana		45,00
		Varianza		777,908
		Desviación estándar		27,891
		Mínimo		5
		Máximo		95
		Rango		90
		Rango intercuartil		50
		Asimetría		,362
		Curtosis		-1,062
	No	Media	41,82	2,947

Capítulo 7. Anexos

	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	35,96	
		Límite superior	47,68	
	Media recortada al 5%		40,91	
	Mediana		45,00	
	Varianza		764,472	
	Desviación estándar		27,649	
	Mínimo		5	
	Máximo		95	
	Rango		90	
	Rango intercuartil		50	
	Asimetría		,182	,257
	Curtosis		-1,113	,508

Pruebas de normalidad							
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Emprendedor marca de clase	Sí	,198	209	,000	,912	209	,000
	No	,160	88	,000	,921	88	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors							



4. Las iniciativas empresariales son importantes en Trabajo Social.

Resumen de procesamiento de casos							
	Las iniciativas empresariales son importantes en TS	Casos					
		Válido		Perdidos		Total	
		N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Emprendedor marca de clase	Sí, el Trabajo Social es una disciplina que puede moverse en el ámbito privado	245	100,0%	0	0,0%	245	100,0%
	A veces, siempre que existan subvenciones al respecto	46	100,0%	0	0,0%	46	100,0%
	No, lucrarse con el Trabajo Social no es ético	6	100,0%	0	0,0%	6	100,0%

Descriptivos				
	Las iniciativas empresariales son importantes en TS			Error estándar
Emprendedor marca de clase	Sí, el Trabajo Social es una disciplina que puede moverse en el ámbito privado	Media		41,41
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	37,90
			Límite superior	44,92
		Media recortada al 5%		40,45
		Mediana		45,00
		Varianza		778,849
		Desviación estándar		27,908

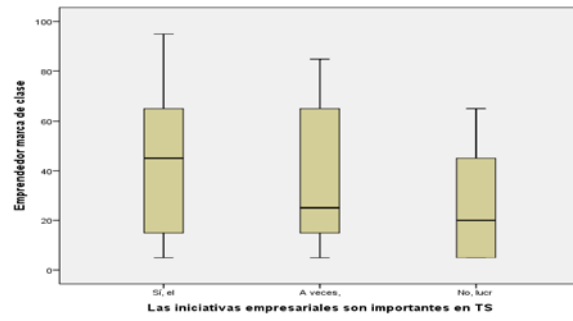
Capítulo 7. Anexos

		Mínimo		5	
		Máximo		95	
		Rango		90	
		Rango intercuartil		50	
		Asimetría		,297	,156
		Curtosis		-1,047	,310
	A veces, siempre que existan subvenciones al respecto	Media		36,30	4,024
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	28,20	
			Límite superior	44,41	
		Media recortada al 5%		35,65	
		Mediana		25,00	
		Varianza		744,928	
		Desviación estándar		27,293	
		Mínimo		5	
		Máximo		85	
		Rango		80	
		Rango intercuartil		53	
		Asimetría		,289	,350
		Curtosis		-1,502	,688
	No, lucrarse con el Trabajo Social no es ético	Media		26,67	9,804
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	1,47	
			Límite superior	51,87	
		Media recortada al 5%		25,74	
		Mediana		20,00	

Capítulo 7. Anexos

		Varianza	576,667	
		Desviación estándar	24,014	
		Mínimo	5	
		Máximo	65	
		Rango	60	
		Rango intercuartil	45	
		Asimetría	,879	,845
		Curtosis	-,500	1,741

Pruebas de normalidad							
	Las iniciativas empresariales son importantes en TS	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Emprendedor marca de clase	Sí, el Trabajo Social es una disciplina que puede moverse en el ámbito privado	,183	245	,000	,920	245	,000
	A veces, siempre que existan subvenciones al respecto	,204	46	,000	,867	46	,000
	No, lucrarse con el Trabajo Social no es ético	,194	6	,200*	,891	6	,324
*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.							
a. Corrección de significación de Lilliefors							



5. El sector privado puede acabar con el sistema público de Servicios Sociales.

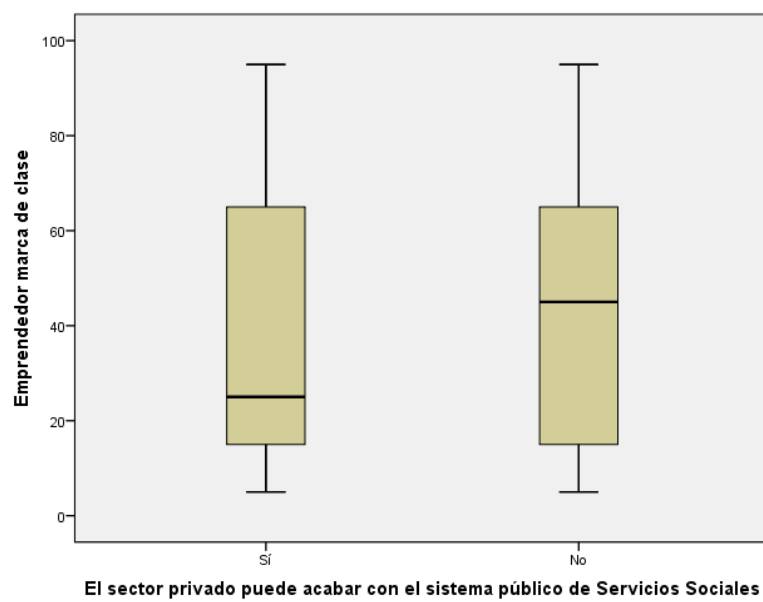
Resumen de procesamiento de casos							
	El sector privado puede acabar con el sistema público de Servicios Sociales	Casos					
		Válido		Perdidos		Total	
		N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Emprendedor marca de clase	Sí	73	100,0%	0	0,0%	73	100,0%
	No	224	100,0%	0	0,0%	224	100,0%

Descriptivos				
	El sector privado puede acabar con el sistema público de Servicios Sociales		Estadístico	Error estándar
Emprendedor marca de clase	Sí	Media	37,05	3,096
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	30,88
			Límite superior	43,23
		Media recortada al 5%	35,97	
		Mediana	25,00	
		Varianza	699,886	
		Desviación estándar	26,455	
		Mínimo	5	
		Máximo	95	
		Rango	90	
		Rango intercuartil	50	
		Asimetría	,350	,281
		Curtosis	-1,149	,555
	No	Media	41,38	1,883

Capítulo 7. Anexos

		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	37,67	
			Límite superior	45,10	
	Media recortada al 5%			40,43	
	Mediana			45,00	
	Varianza			794,489	
	Desviación estándar			28,187	
	Mínimo			5	
	Máximo			95	
	Rango			90	
	Rango intercuartil			50	
	Asimetría			,286	,163
	Curtosis			-1,090	,324

Pruebas de normalidad							
	El sector privado puede acabar con el sistema público de Servicios Sociales	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Emprendedor marca de clase	Sí	,196	73	,000	,900	73	,000
	No	,184	224	,000	,918	224	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors							



6. ¿Ha montado alguna vez una entidad privada?

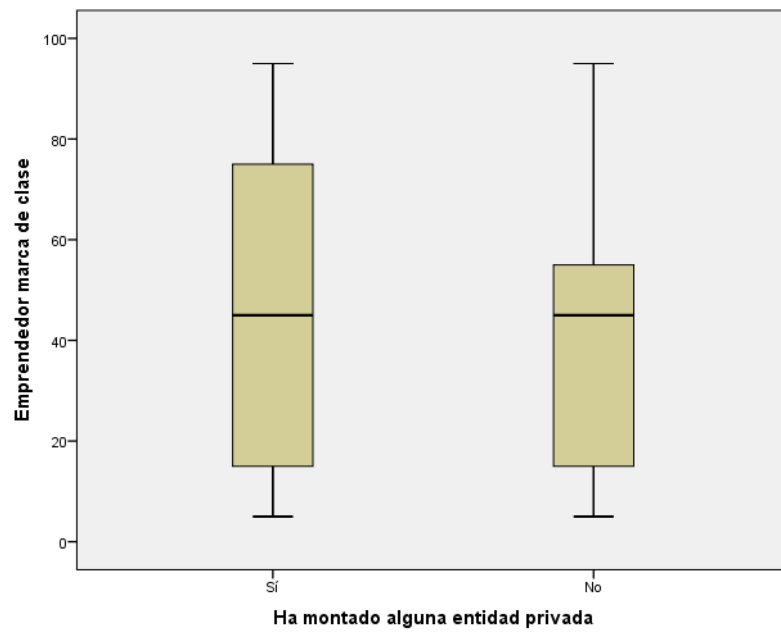
Resumen de procesamiento de casos							
	Ha montado alguna entidad privada	Casos					
		Válido		Perdidos		Total	
		N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Emprendedor marca de clase	Sí	72	100,0%	0	0,0%	72	100,0%
	No	225	100,0%	0	0,0%	225	100,0%

Descriptivos				
	Ha montado alguna entidad privada		Estadístico	Error estándar
Emprendedor marca de clase	Sí	Media	45,56	3,789
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	38,00
			Límite superior	53,11
		Media recortada al 5%		45,06
		Mediana		45,00
		Varianza		1033,490
		Desviación estándar		32,148
		Mínimo		5
		Máximo		95
		Rango		90
		Rango intercuartil		60
		Asimetría		,228
		Curtosis		-1,352
	No	Media	38,64	1,740

Capítulo 7. Anexos

		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	35,22	
			Límite superior	42,07	
	Media recortada al 5%			37,69	
	Mediana			45,00	
	Varianza			681,302	
	Desviación estándar			26,102	
	Mínimo			5	
	Máximo			95	
	Rango			90	
	Rango intercuartil			40	
	Asimetría			,258	,162
	Curtosis			-1,132	,323

Pruebas de normalidad							
	Ha montado alguna entidad	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	privada	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Emprendedor marca de clase	Sí	,197	72	,000	,890	72	,000
	No	,184	225	,000	,918	225	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors							



7. Iniciativa Emprendedora que pondría en práctica.

Resumen de procesamiento de casos							
	Iniciativa emprendedora que pondría en práctica	Casos					
		Válido		Perdidos		Total	
		N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Emprendedor marca de clase	Empresa (SA, SL, SC...)	83	100,0%	0	0,0%	83	100,0%
	Asociación (ONG)	85	100,0%	0	0,0%	85	100,0%
	Fundación	39	100,0%	0	0,0%	39	100,0%
	Cooperativa	77	100,0%	0	0,0%	77	100,0%
	Otra	13	100,0%	0	0,0%	13	100,0%

Descriptivos				
	Iniciativa emprendedora que pondría en práctica		Estadístico	Error estándar
Emprendedor marca de clase	Empresa (SA, SL, SC...)	Media	44,28	3,165
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	37,98
			Límite superior	50,57
		Media recortada al 5%	43,64	
		Mediana	45,00	
		Varianza	831,178	
		Desviación estándar	28,830	
		Mínimo	5	
		Máximo	95	
		Rango	90	

Capítulo 7. Anexos

		Rango intercuartil		50	
		Asimetría		,165	,264
		Curtosis		-1,208	,523
	Asociación (ONG)	Media		40,41	2,997
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	34,45	
			Límite superior	46,37	
		Media recortada al 5%		39,35	
		Mediana		45,00	
		Varianza		763,221	
		Desviación estándar		27,626	
		Mínimo		5	
		Máximo		95	
		Rango		90	
		Rango intercuartil		50	
		Asimetría		,298	,261
		Curtosis		-1,071	,517
	Fundación	Media		38,59	4,461
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	29,56	
			Límite superior	47,62	
		Media recortada al 5%		37,59	
		Mediana		25,00	
		Varianza		776,248	
		Desviación estándar		27,861	
		Mínimo		5	

Capítulo 7. Anexos

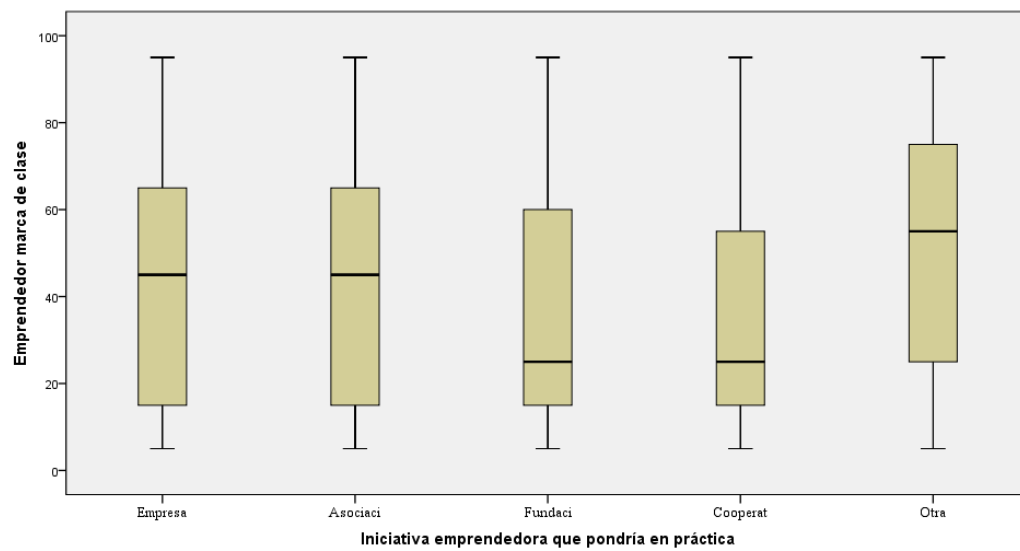
		Máximo		95	
		Rango		90	
		Rango intercuartil		50	
		Asimetría		,339	,378
		Curtosis		-1,194	,741
	Cooperativa	Media		35,26	2,992
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	29,30	
			Límite superior	41,22	
		Media recortada al 5%		33,74	
		Mediana		25,00	
		Varianza		689,405	
		Desviación estándar		26,257	
		Mínimo		5	
		Máximo		95	
		Rango		90	
		Rango intercuartil		45	
		Asimetría		,508	,274
		Curtosis		-,736	,541
	Otra	Media		49,62	7,976
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	32,24	
			Límite superior	66,99	
		Media recortada al 5%		49,57	
		Mediana		55,00	
		Varianza		826,923	

Capítulo 7. Anexos

		Desviación estándar	28,756	
		Mínimo	5	
		Máximo	95	
		Rango	90	
		Rango intercuartil	50	
		Asimetría	-,003	,616
		Curtosis	-1,266	1,191

Pruebas de normalidad								
	Iniciativa emprendedora que pondría en práctica	Kolmogorov- Smirnov ^a			Shapiro-Wilk			
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.	
Emprendedor marca de clase	Empresa (SA, SL, SC...)	,182	83	,000	,919	83	,000	
	Asociación (ONG)	,182	85	,000	,914	85	,000	
	Fundación	,200	39	,000	,907	39	,004	
	Cooperativa	,184	77	,000	,904	77	,000	
	Otra	,189	13	,200*	,949	13	,583	
*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.								
a. Corrección de significación de Lilliefors								

Capítulo 7. Anexos



8. Cuatro Grupos encuestados.

Resumen de procesamiento de casos							
		Casos					
		Válido		Perdidos		Total	
		N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Emprendedor marca de clase	Estudiantes	78	100,0%	0	0,0%	78	100,0%
	Colegio Oficial de TS	133	100,0%	0	0,0%	133	100,0%
	Plataforma Estatad de TS	59	100,0%	0	0,0%	59	100,0%
	Plataforma Andaluza de TS	27	100,0%	0	0,0%	27	100,0%

Descriptivos					
	CuatroGrupos			Estadístico	Error estándar
Emprendedor marca de clase	Estudiantes	Media		44,49	3,020
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	38,47	
			Límite superior	50,50	
		Media recortada al 5%		44,15	
		Mediana		45,00	
		Varianza		711,422	
		Desviación estándar		26,672	
		Mínimo		5	
		Máximo		95	
		Rango		90	

Capítulo 7. Anexos

		Rango intercuartil		43	
		Asimetría		-,041	,272
		Curtosis		-1,293	,538
	Colegio Oficial de TS	Media		35,00	2,279
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	30,49	
			Límite superior	39,51	
		Media recortada al 5%		33,47	
		Mediana		25,00	
		Varianza		690,909	
		Desviación estándar		26,285	
		Mínimo		5	
		Máximo		95	
		Rango		90	
		Rango intercuartil		40	
		Asimetría		,592	,210
		Curtosis		-,728	,417
	Plataforma Estatad de TS	Media		42,29	3,775
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	34,73	
			Límite superior	49,84	
		Media recortada al 5%		41,43	
		Mediana		45,00	
		Varianza		840,795	
		Desviación estándar		28,996	
		Mínimo		5	

Capítulo 7. Anexos

		Máximo		95	
		Rango		90	
		Rango intercuartil		50	
		Asimetría		,266	,311
		Curtosis		-1,107	,613
	Plataforma Andaluza de TS	Media		50,19	6,071
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	37,71	
			Límite superior	62,66	
		Media recortada al 5%		50,21	
		Mediana		55,00	
		Varianza		995,157	
		Desviación estándar		31,546	
		Mínimo		5	
		Máximo		95	
		Rango		90	
		Rango intercuartil		60	
		Asimetría		-,082	,448
		Curtosis		-1,143	,872

Pruebas de normalidad							
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Emprendedor marca de clase	Estudiantes	,178	78	,000	,921	78	,000
	Colegio Oficial de TS	,220	133	,000	,897	133	,000

Capítulo 7. Anexos

	Plataforma Estatal de TS	,165	59	,000	,914	59	,001
	Plataforma Andaluza de TS	,138	27	,198	,905	27	,018
a. Corrección de significación de Lilliefors							

9. El mercado laboral necesita emprendimientos sociales.

Resumen de procesamiento de casos							
	El mercado laboral necesita emprendimientos sociales	Casos					
		Válido		Perdidos		Total	
		N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Emprendedor marca de clase	Sí, no hay suficientes empresas en nuestro sector	119	100,0%	0	0,0%	119	100,0%
	Sí, hay espacios para que surjan emprendimientos	166	100,0%	0	0,0%	166	100,0%
	No, el mercado está saturado	12	100,0%	0	0,0%	12	100,0%

Descriptivos					
	El mercado laboral necesita emprendimientos sociales		Estadístico	Error estándar	
Emprendedor marca de clase	Sí, no hay suficientes empresas en nuestro sector	Media		38,61	2,407
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	33,85	
			Límite superior	43,38	
		Media recortada al 5%		37,62	
		Mediana		45,00	
		Varianza		689,375	
		Desviación estándar		26,256	
		Mínimo		5	

Capítulo 7. Anexos

		Máximo		95	
		Rango		90	
		Rango intercuartil		40	
		Asimetría		,232	,222
		Curtosis		-1,153	,440
	Sí, hay espacios para que surjan emprendimientos	Media		43,31	2,233
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	38,91	
			Límite superior	47,72	
		Media recortada al 5%		42,57	
		Mediana		45,00	
		Varianza		827,441	
		Desviación estándar		28,765	
		Mínimo		5	
		Máximo		95	
		Rango		90	
		Rango intercuartil		50	
		Asimetría		,236	,188
		Curtosis		-1,147	,375
	No, el mercado está saturado	Media		15,83	3,580
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	7,95	
			Límite superior	23,71	
		Media recortada al 5%		14,81	
		Mediana		15,00	
		Varianza		153,788	

Capítulo 7. Anexos

		Desviación estándar	12,401	
		Mínimo	5	
		Máximo	45	
		Rango	40	
		Rango intercuartil	20	
		Asimetría	1,188	,637
		Curtosis	1,388	1,232

Pruebas de normalidad								
	El mercado laboral necesita emprendimientos sociales	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk			
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.	
Emprendedor marca de clase	Sí, no hay suficientes empresas en nuestro sector	,185	119	,000	,909	119	,000	
	Sí, hay espacios para que surjan emprendimientos	,178	166	,000	,920	166	,000	
	No, el mercado está saturado	,225	12	,093	,824	12	,018	
a. Corrección de significación de Lilliefors								

10. Empleo relacionado con el Trabajo Social

Resumen de procesamiento de casos							
	Empleo relacionado con Trabajo Social	Casos					
		Válido		Perdidos		Total	
		N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Emprendedor marca de clase	Sí	162	100,0%	0	0,0%	162	100,0%
	No	135	100,0%	0	0,0%	135	100,0%

Descriptivos				
	Empleo relacionado con Trabajo Social		Estadístico	Error estándar
Emprendedor marca de clase	Sí	Media	34,44	2,145
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	30,21
			Límite superior	38,68
		Media recortada al 5%		32,72
		Mediana		25,00
		Varianza		745,652
		Desviación estándar		27,307
		Mínimo		5
		Máximo		95
		Rango		90
		Rango intercuartil		43
		Asimetría		,658
		Curtosis		-,685

Capítulo 7. Anexos

	No	Media	47,37	2,307
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	42,81
			Límite superior	51,93
		Media recortada al 5%	47,08	
		Mediana	45,00	
		Varianza	718,220	
		Desviación estándar	26,800	
		Mínimo	5	
		Máximo	95	
		Rango	90	
		Rango intercuartil	40	
		Asimetría	-,050	,209
		Curtosis	-1,086	,414

Pruebas de normalidad							
	Empleo relacionado con Trabajo Social	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Emprendedor marca de clase	Sí	,222	162	,000	,881	162	,000
	No	,146	135	,000	,939	135	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors							